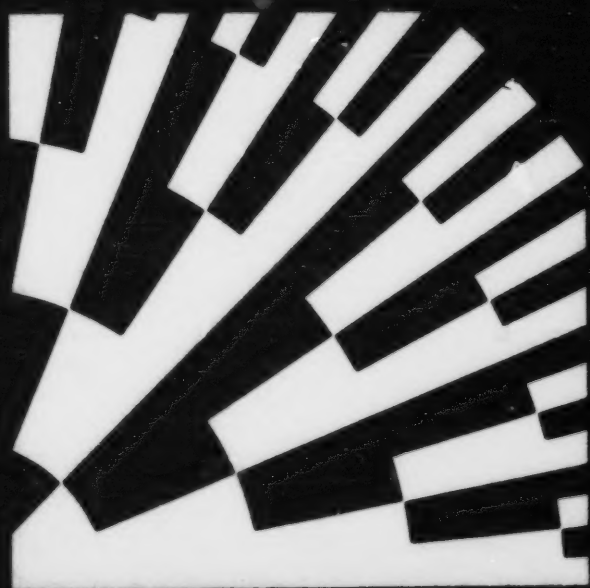


Problèmes du consommateur
dans l'industrie de la
réparation automobile

étude préliminaire

Stephen E. Margolis



Consommation
et Corporations
Canada

Consumer and
Corporate Affairs
Canada

In English:

Consumer Problems in the Automobile Repair
Industry: An Exploratory Study

Available from:

Communications Service
Consumer and Corporate Affairs Canada
Ottawa, Ontario
K1A 0C9

PROBLÈMES DU CONSOMMATEUR DANS L'INDUSTRIE DE LA RÉPARATION
AUTOMOBILE : ÉTUDE PRÉLIMINAIRE

Stephen E. Margolis
Department of Economics and Business
North Carolina State University

Direction générale de l'analyse des politiques,
de la recherche et de la liaison
Bureau de la coordination des politiques
Consommation et Corporations Canada

L'analyse et les conclusions contenues dans ce
rapport ne représentent pas nécessairement le
point de vue du ministère.

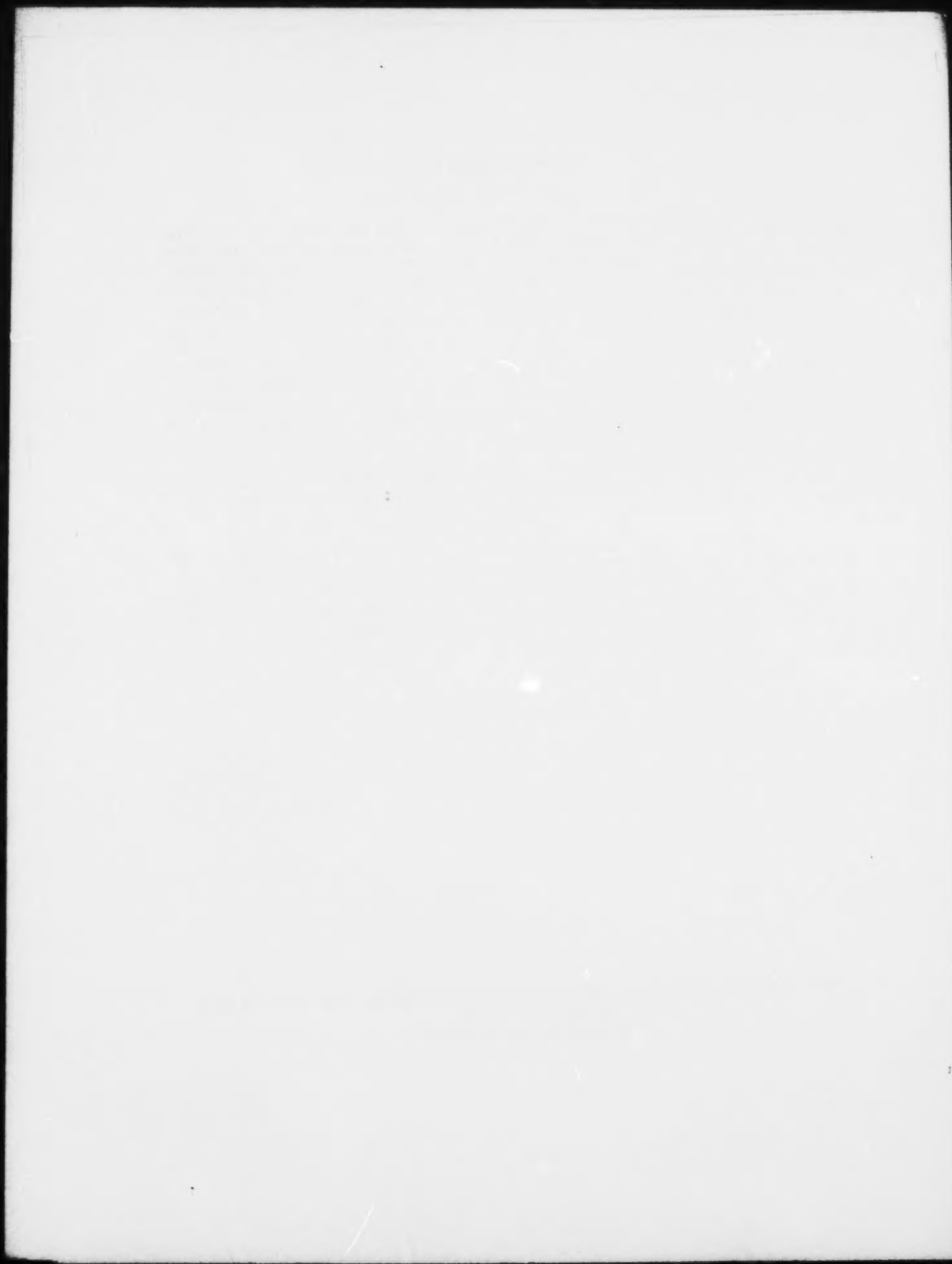
© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1983
RG23-71/1983F
ISBN 0-662-91962-9

REMERCIEMENTS

L'auteur aimerait remercier A.E. Reinsch et Laurie Bland pour leur précieux travail de recherche ainsi que Tim Price pour sa collaboration aux sections traitant des questions juridiques. Ce dernier a rédigé l'annexe A qui porte sur les lois provinciales relatives à la réparation automobile. Nous lui sommes particulièrement reconnaissants de cette contribution. Oliver Wright, du ministère des Collèges et Universités de l'Ontario, nous a fourni des renseignements utiles sur le fonctionnement des programmes provinciaux de qualification professionnelle de la main-d'oeuvre. U. Nevraumont, de Statistique Canada, nous a aidé à obtenir des données non publiées.

J'aimerais remercier spécialement Thomas Gussman, du ministère de la Consommation et des Corporations, pour son aide et ses conseils judicieux.

L'auteur est seul responsable des erreurs que l'on relèverait dans le présent document. L'institution à laquelle il est attaché, la North Carolina State University, n'est signalée que pour faciliter sa propre identification. Elle n'est en rien impliquée dans cette étude.

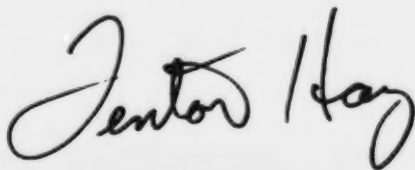


PRÉFACE

La Direction générale de l'analyse des politiques, de la recherche et de la liaison de Consommation et Corporations Canada effectue des études dans une grande diversité de domaines. Ces projets sont financés en vue de favoriser toute recherche dans le secteur privé qui pourrait contribuer à la formulation de politiques et d'engendrer des discussions sur les recommandations et (ou) les conclusions formulées dans ces études.

En 1980, le ministère a publié une étude de Stephen B. Ash, intitulée Satisfaction, insatisfaction et plaintes des consommateurs : principales conclusions et recommandations. Fondée sur une enquête effectuée à l'échelle nationale, l'étude révèle que le secteur de la réparation automobile était celui dont les consommateurs étaient le plus insatisfaits. Vingt-sept pour cent des répondants se considéraient plus ou moins satisfaits des réparations effectuées à leur automobile. Quarante-trois pour cent d'entre eux affirmaient même y avoir perdu de l'argent. En outre, bon nombre de journaux et de groupes d'intérêt public ont effectué des enquêtes dont les résultats faisaient généralement ressortir le rendement insatisfaisant de ce secteur de l'industrie.

À la différence des études traditionnellement effectuées dans ce domaine, M. Margolis s'applique à analyser le marché de la réparation automobile en fonction de l'aspect économique de la structure de l'industrie. L'approche analytique adoptée par l'auteur rend la lecture des plus intéressantes et incite à la réflexion. La recherche pour la présente étude a été complétée en septembre 1980. Par conséquent, les sections qui traitent des aspects légaux de la réparation automobile reflètent les textes de lois tels qu'ils étaient à cette période. Les conclusions présentées sont celles de l'auteur et n'engage pas nécessairement le ministère.



Fenton Hay
Directeur général
Direction générale de l'analyse
des politiques, de la recherche
et de la liaison

SOMMAIRE

L'industrie de la réparation automobile est perçue par bon nombre d'observateurs comme un de ces milieux où le consommateur risque d'y "perdre des plumes". Une étude récente sur la satisfaction et l'insatisfaction des consommateurs canadiens révèle que la réparation des automobiles est un secteur où les réactions sont les plus négatives¹. D'après certaines études expérimentales entreprises aux États-Unis, 40 à 50 p. 100 de toutes les dépenses effectuées pour la réparation des automobiles seraient inutiles.

Ces constatations ont incité Consommation et Corporations Canada à commander une étude sur les conditions économiques qui prévalent dans l'industrie de la réparation automobile. Cette étude étant la première du genre, est très générale, toutefois, nous prévoyons que ce document permettra de définir des questions plus spécifiques en vue de recherches futures.

Dans ce secteur de l'industrie, le consommateur risque davantage une perte de bien-être dans la mesure où il s'en remet, en partie, au vendeur pour déterminer les biens et services nécessaires au bon fonctionnement de son automobile. Cette situation est contraire aux principes de l'économie du bien-être qui veulent que l'information circule normalement dans les marchés concurrentiels pour le meilleur intérêt du public. Dans certaines circonstances, les producteurs peuvent avoir avantage à utiliser des pratiques trompeuses. Toutefois, des dispositions institutionnelles ou de meilleures habitudes de consommation peuvent contribuer à minimiser les pertes associées à la réparation automobile. Les pratiques trompeuses sont divisées ici en deux catégories et analysées séparément. La première est la fraude; dans ce cas, l'atelier de réparation recommande et facture des réparations excessives qui ne sont pas effectuées. La deuxième catégorie est la surévaluation des réparations recommandées, celles-ci sont toutes effectuées, mais l'atelier recommande des réparations au-delà du niveau optimal pour le consommateur, compte tenu des prix, des priorités du consommateur et de l'état de l'automobile.

1. Stephen B. Ash, Satisfaction, insatisfaction et plaintes des consommateurs : principales conclusions et recommandations, Ottawa, Consommation et Corporations Canada, 1980.

Le chapitre I donne un bref aperçu du contexte de base de la présente étude. Le chapitre II contient des modèles analytiques des problèmes rencontrés dans l'industrie de la réparation automobile et des commentaires connexes. Voici les principales conclusions du deuxième chapitre :

1) Une réparation optimale ou idéale ne peut être définie en termes simplement techniques. Elle doit l'être en fonction des priorités du consommateur, des possibilités techniques, ainsi que de l'information que possède le mécanicien des problèmes à résoudre et des coûts d'acquisition de cette information. Il se peut qu'une intervention qui serait optimale en principe, dans un contexte d'information parfaite, devienne inefficace si l'on tient compte de ce qu'il en coûte pour obtenir l'information².

2) L'intérêt de la surévaluation des réparations recommandées n'est pas plus le propre des situations de monopole que de concurrence. Il faut des éléments à la fois du monopole et de la concurrence pour que la surévaluation des réparations paraisse avantageuse à une entreprise. Dans le cas d'une concurrence monopolistique, le devis abusif donne lieu à un déplacement de la demande. Mais on ne manipule pas la demande de la sorte sans mettre en jeu d'autres facteurs importants du succès d'une entreprise, dont sa réputation notamment. Celle-ci peut revêtir une importance considérable auprès du consommateur sur les marchés où celui-ci est averti et où l'achat de biens et de services est itératif.

3) La perte découlant de la surévaluation n'est pas le montant global demandé pour les réparations au-delà du niveau idéal, mais la différence entre l'idée que le consommateur bien informé se ferait des frais même un peu gonflés d'une remise en bon état de son véhicule et la somme demandée pour les réparations.

4) Les effets de la fraude sont difficiles à évaluer et dépendent de la compétitivité du marché.

2. Voir, par exemple, U.S. Department of Transportation, U.S. Department of Transportation News, 7 mai 1979 et Consumers Union, "How Fair Are Repair Costs?", vol. 44, n° 4, avril 1979, pp. 196-197.

5) Il est douteux que l'imposition de barèmes de taux fixes puisse faire l'objet d'une réglementation. Celle-ci comporte toutefois certains avantages en ce qu'elle prévoit des estimations obligatoires avant que les réparations soient exécutées. Toute surévaluation systématique du temps nécessaire aux réparations sera préalablement compensée par un ajustement du prix estimatif. La critique populaire de ces barèmes ne tient pas compte de cet ajustement du prix qui se fera à moins qu'il n'y ait quelque collusion.

6) Les fabricants n'ont aucun intérêt évident à exagérer le coût d'un entretien normal. Un tel abus ne pourrait être maintenu que dans des circonstances très exceptionnelles. De plus, on peut obtenir de l'information sur l'entretien normal auprès de sources indépendantes.

Le chapitre III donne des résultats empiriques visant à évaluer les pertes subies par le consommateur en raison des pratiques trompeuses utilisées dans cette industrie. Deux enquêtes de Statistique Canada sur les dépenses des familles permettent d'évaluer les dépenses des Canadiens par automobile³. Ces données sont ajustées de façon à tenir compte de la valeur des réparations que les consommateurs effectuent eux-mêmes. Les données sur les réparations "à domicile" sont tirées du Panel Study of Income Dynamics⁴. Des ajustements finals sont apportés en vue d'exprimer toutes les valeurs en dollars canadiens de 1974. Les dépenses de l'entretien et des réparations, exception faite des remplacements de pneus, étaient de 213 \$ par année dans l'enquête de 1969 comme dans celle de 1974 (en dollars de 1974 dans l'un et l'autre cas). Les dépenses par mille étaient de 2,45¢ en 1969 et de 2,30¢ en 1974⁵.

3. Statistique Canada, Dépenses des familles urbaines 1974, n° 62-544 au catalogue, Ottawa, 1977; id., Dépenses des familles au Canada. Vol. 1, Ensemble du Canada : régions urbaines et rurales, 1969, n° 62-535F au catalogue, Ottawa, 1973.

4. University of Michigan Survey Research Center, Panel Study of Income Dynamics, Ann Arbor, Survey Research Center, 1974.

5. L'emploi des unités de mesures impériales dans cette étude correspond aux données de base utilisées. Le lecteur désireux d'en connaître l'équivalent métrique trouvera à la fin de cet ouvrage une table de conversion.

Pour évaluer ces dépenses, nous avons utilisé une étude technique américaine comme base de comparaison⁶. Cette étude, effectuée par le département des Transports des États-Unis, établit les coûts liés à l'achat, à l'entretien et à la conduite d'une automobile pour 10 ans et ayant parcouru 100 000 milles. Comme l'échantillon canadien n'était pas composé de nombres égaux d'automobiles de chaque âge pour 10 ans, nous avons calculé une moyenne pondérée des dépenses prévues. Nous avons également utilisé une moyenne pondérée pour établir la composition du parc canadien par catégorie de tailles d'automobiles. Les coefficients de pondération utilisés reflètent la distribution, selon l'année du modèle, des dépenses des familles. Le résultat est que les dépenses prévues par l'étude technique, une fois ajustées de manière à tenir compte des caractéristiques du parc automobile canadien, ne diffèrent pas beaucoup des dépenses canadiennes réelles. Les dépenses prévues sont de 234 \$ par année ou 2,38¢ au mille pour 1969 et de 230 \$ par année ou 2,19¢ au mille en 1974 (ici encore, il s'agit de dollars canadiens de 1974). Si l'on utilise les coûts au mille comme éléments de comparaison, on évalue à trois pour cent en 1969 et à cinq pour cent en 1974 l'excès de dépenses. On doit toutefois interpréter ces données avec prudence.

Des études expérimentales, américaines pour la plupart, donnent des résultats diamétralement opposés aux résultats susmentionnés. Ces expériences consistaient à créer un problème mécanique unique et connu, puis à communiquer avec des ateliers pour obtenir une évaluation de la réparation. La différence entre les réparations recommandées et les réparations nécessaires était considérée comme du gaspillage. Ces études sont jugées fautives pour les raisons suivantes :

1) Il n'est pas juste de considérer que les réparations "supplémentaires" ne valent pas la peine d'être faites. Des réparations qui sont "inappropriées" dans le cas d'ennuis mécaniques artificiellement provoqués peuvent être justifiées dans des cas d'ennuis mécaniques interreliés. Si les diagnostics et les ennuis mécaniques répétés sont coûteux, le remplacement simultané de plusieurs éléments peut se révéler efficace dans la pratique.

6. U.S. Department of Transportation, Federal Highway Administration, Cost of Owning and Operating an Automobile, 1976, Washington, D.C., Government Printing Office, 1978.

2) Le cas où un consommateur choisit au hasard un atelier de réparation n'est pas représentatif de la démarche des consommateurs en général. Le consommateur demandera normalement conseil à d'autres personnes ou préférera transiger avec des ateliers établis depuis longtemps.

3) L'expérience prévoyait un rôle passif pour le consommateur. Dans la réalité, le consommateur pourra donner plus de renseignements au mécanicien ou simplement rejeter tout à fait le diagnostic du mécanicien si les réparations proposées sont excessives.

Le chapitre IV porte sur les textes de loi et les pratiques commerciales qui s'appliquent à l'industrie de la réparation automobile. On y étudie les effets des lois provinciales actuelles. La législation sur les pratiques commerciales et l'obligation pour les mécaniciens d'avoir un certificat de qualification sont les principaux moyens de contrôle au Canada. Une étude des législations récentes aux États-Unis révèle que les lois visant à la divulgation de renseignements au consommateur sont une mesure populaire dans ce pays. Elles existent dans certains États. Ces lois obligent les ateliers de réparation à fournir certains renseignements au consommateur. Elles stipulent en général que l'atelier doit fournir avant d'effectuer les réparations une évaluation à laquelle il est tenu de se conformer. On suppose que beaucoup d'ateliers agissent dans l'esprit de ces lois relatives à la divulgation de renseignements, même dans les États où aucune loi ne les y oblige. Dans ce dernier cas, il serait peu coûteux de combler une lacune de ce genre. L'annexe A passe en revue de façon détaillée les lois provinciales relatives à l'industrie de la réparation automobile.



TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
INTRODUCTION.....	1
Chapitre I - INFORMATION DE BASE.....	3
Chapitre II - ANALYSE ÉCONOMIQUE DES PROBLÈMES DANS L'INDUSTRIE DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE..	7
INTRODUCTION.....	7
RÉPARATION OPTIMALE.....	9
SURÉVALUATION.....	12
Consommateurs.....	18
FRAUDE.....	19
Le modèle.....	20
Attitude de l'industrie de la réparation.....	23
Prix d'équilibre.....	28
QUESTIONS CONNEXES.....	34
Établissement des taux selon le barème.....	34
L'entretien régulier.....	39
CONCLUSIONS.....	41
Chapitre III - DONNÉES EMPIRIQUES SUR LA RÉPARATION AUTOMOBILE.....	43
INTRODUCTION.....	43
DÉPENSES DES CONSOMMATEURS CANADIENS DANS LE SECTEUR DE L'AUTOMOBILE.....	43
Mécanicien amateur.....	50
Élément de comparaison.....	52
ÉTUDES EXPÉRIMENTALES SUR L'INDUSTRIE DE L'AUTOMOBILE	60
CONCLUSIONS.....	65
Chapitre IV - INSTITUTIONS DE L'INDUSTRIE DE LA RÉPARA- TION AUTOMOBILE.....	67
INTRODUCTION.....	67
LOIS SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES.....	67
Pratiques interdites.....	67
Application de la loi et recours.....	69
Québec.....	69
QUALIFICATION PROFESSIONNELLE OBLIGATOIRE.....	70
MESURES LÉGISLATIVES AUX ÉTATS-UNIS.....	73
ANALYSE ÉCONOMIQUE DE LA RÉGLEMENTATION RELATIVE À L'INDUSTRIE DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE.....	77
Qualification professionnelle.....	77
Lois sur la divulgation de renseignements.....	83
INSTRUMENTS COMMERCIAUX.....	86

	<u>Page</u>
Chapitre V - CONSÉQUENCES DES POLITIQUES ET RECOMMAN- DATIONS POUR LES RECHERCHES FUTURES.....	89
Annexe A - LOIS PROVINCIALES CONCERNANT LA RÉPARATION AUTOMOBILE.....	95

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

	<u>Page</u>
Tableau 1 - Dépenses en réparations au Canada, selon le type de dépenses, en 1974 (en dollars canadiens de 1974).....	46
Tableau 2 - Répartition des automobiles selon l'année du modèle - Enquête sur les dépenses des familles en 1974.....	47
Tableau 3 - Dépenses en réparations au Canada, selon le type de dépenses, en 1969 (en dollars canadiens de 1969).....	48
Tableau 4 - Répartition des automobiles selon l'année du modèle - Enquête sur les dépenses des familles en 1969.....	49
Tableau 5 - Valeur des réparations automobiles effectuées par leur propriétaire.....	51
Tableau 6 - Dépenses en réparations automobiles ajustées en fonction des réparations effectuées par leur propriétaire.....	51
Tableau 7 - Principales constatations de l'étude du département américain des Transports pour les frais d'entretien et des réparations (en dollars américains de 1976).....	55
Tableau 8 - Valeurs ajustées des dépenses réelles pour les réparations et l'entretien des automobiles au Canada (en dollars canadiens de 1974).....	56
Tableau 9 - Coût moyen pondéré des réparations (en dollars canadiens de 1974).....	57
 FIGURES	
Figure 1 - La réparation optimale.....	10
Figure 2 - Choix de production : conditions de concurrence.....	14
Figure 3 - Choix de production : conditions monopolistiques.....	16

	<u>Page</u>
Figure 4 - Pertes du consommateur victime de surévaluation.....	18
Figure 5 - Solution intérieure optimisée pour l'entreprise.....	25
Figure 6 - Cas limites pour l'entreprise.....	27
Figure 7 - Fonction du revenu marginal sur les réparations.....	31
Figure 8 - Situation d'équilibre de profits nuls pour l'entreprise.....	32
Figure 9 - Prix d'équilibre, $L = 1$	33
Figure 10 - Prix d'équilibre : cas spécial.....	34
Figure 11 - Apport du travail dans une réparation hypothétique.....	36

INTRODUCTION

Le présent rapport donne les résultats de recherches effectuées sur l'économie de l'industrie de la réparation automobile. Au moment où cette étude fut commencée, on soupçonnait l'industrie de frauder le consommateur, mais il existait relativement peu d'informations sur l'étendue ou la nature du problème. Par conséquent, les recherches envisagées étaient très générales, axées sur l'industrie dans son ensemble plutôt que sur un problème spécifique. Les échanges et les discussions ont conduit à rétrécir le champ de notre étude; ainsi, les garanties, les fabricants d'automobiles neuves, les fournisseurs de pièces, les compagnies d'assurance et les ateliers de réparation de carrosserie ne seront pas comme tels étudiés ici. Les formules théoriques et empiriques présentées dans l'étude s'appliquent à tout ce que, pour une raison ou pour une autre, on considère comme des réparations mécaniques. Cette première enquête devrait permettre, notamment, de définir des domaines de recherche plus précis pour l'avenir.

Le rapport est structuré de la manière suivante. Le chapitre I présente certaines des données de base de l'étude, y compris les résultats de recherches antérieures et le motif qui a poussé Consommation et Corporations Canada à commander cette étude. Le chapitre II présente des modèles théoriques de problèmes rencontrés dans l'industrie de la réparation automobile. Il s'agit de modèles micro-économiques qui permettent d'examiner les effets de l'attitude du consommateur qui s'en remet aux recommandations du producteur concernant la quantité de services à consommer. Les problèmes qui peuvent découler de cette attitude ont été classés dans deux catégories : la "fraude" ou la "surévaluation". Dans le cas de la fraude, le producteur recommande et facture des réparations qui ne sont ni nécessaires ni effectuées. D'autre part, on parle de "surévaluation" quand l'atelier de réparation recommande et facture un nombre de réparations supérieur au nombre de réparations auxquelles le consommateur consentirait s'il était bien informé. Le troisième chapitre donne des résultats empiriques concernant la réparation des automobiles. L'objet de l'approche empirique, ici, est simplement d'évaluer les dépenses réelles des Canadiens pour la réparation de leurs automobiles et de comparer ces dépenses à une norme appropriée. Cela permet de déterminer dans une certaine mesure si les consommateurs dépensent plus qu'il n'est nécessaire pour que leur automobile ait un rendement, une fiabilité et une durée utile acceptables. Le chapitre IV passe en revue les textes de loi qui s'appliquent à cette industrie. Une étude des types de règlements actuellement en vigueur au Canada est suivie d'un

aperçu général des lois récemment adoptées aux États-Unis. Nous parlons également des effets économiques des principales mesures gouvernementales touchant la réparation automobile. (Les détails des lois provinciales qui s'appliquent à la réparation des automobiles sont présentés à l'annexe A.) Enfin, le dernier chapitre contient des recommandations sur les politiques à adopter et sur les recherches supplémentaires à effectuer.

Chapitre I

INFORMATION DE BASE

En 1977, au Canada, plus de 9,5 millions de voitures particulières ont été immatriculées. D'après les estimations présentées ci-après, on évaluait à presque trois milliards de dollars les dépenses faites par les particuliers pour la réparation de leur automobile en 1977.

Il y a lieu, d'être préoccupé par le rendement de l'industrie de la réparation automobile. Beaucoup de consommateurs ne connaissent pas grand-chose à la mécanique automobile et se fient par conséquent aux conseils de l'atelier de réparation. Même une fois les réparations effectuées, on peut n'être pas en mesure d'évaluer les effets de chacun des éléments de la réparation d'ensemble pour laquelle on a payé. Pour beaucoup de réparations, par exemple les réglages, même le consommateur informé peut n'être pas en mesure de déterminer si la réparation a réellement été effectuée. Par ailleurs, l'atelier de réparation peut avoir intérêt à recommander plus de réparations que l'intérêt du client et l'état de l'automobile ne l'exigent vraiment.

Dans une étude sur le degré de satisfaction ou d'insatisfaction des consommateurs suite à l'achat de produits et de services, également commandée par Consommation et Corporations Canada, on a constaté que la réparation des automobiles était la source d'insatisfaction la plus importante¹. Dans cette étude nationale, 27 p. 100 de tous les répondants qui avaient déjà fait réparer une automobile ont dit avoir eu un motif quelconque d'insatisfaction. Douze pour cent des répondants ont déclaré que les réparations automobiles représentaient le bien de consommation qui suscitait chez eux le plus de mécontentement. Parmi les insatisfaits, 43 p. 100 estimaient que leur relation commerciale avec cette industrie s'était soldée par une perte financière.

1. Stephen B. Ash, Satisfaction, insatisfaction et plaintes des consommateurs : principales conclusions et recommandations, Consommation et Corporations Canada, Ottawa, 1980.

Bien que l'on soupçonne généralement que cette industrie n'a pas un bon rendement, les économistes ont effectué assez peu de recherches sur ce sujet. Un examen des revues économiques et d'autres publications analogues n'a permis de trouver que deux articles abordant comme tel ce sujet (Darby et Karni, et Webbink)². Un certain nombre d'études ont été effectuées aux États-Unis pour divers organismes gouvernementaux³. Ces études sont presque toutes expérimentales. (Il y a un modèle de simulation sur ordinateur qui constitue une exception; toutefois, ce modèle utilise les résultats expérimentaux comme cadre d'étude.) Les résultats de ces expériences sont très impressionnants et sont interprétés dans une large mesure de façon à indiquer d'importantes pertes pour les consommateurs au chapitre de la réparation automobile. Par exemple, une étude effectuée aux États-Unis révèle que 53 p. 100 des dépenses en réparations automobiles constituent un gaspillage⁴. Des études similaires estiment que le gaspillage représente 40 à 50 p. 100 des dépenses globales (un examen de ces résultats est présenté au chapitre III).

Certaines allégations largement répandues, veulent que cette industrie ait un mauvais rendement. Un numéro annuel récent du Consumer Reports sur l'automobile⁵ confirme les résultats des études expérimentales mentionnées ci-dessus. Un ancien président de la Commission fédérale américaine du Commerce a déclaré publiquement qu'entre 1,5 et 2 p. 100 du revenu utilisable aux États-Unis, était gaspillé en réparations automobiles⁶. Des audiences du Congrès ont encore révélé, très occasionnellement, des cas d'actes frau-

2. M. Darby et E. Karni, "Free Competition and the Optimal Amount of Fraud", Journal of Law and Economics, vol. 16, n° 1, avril 1973, pp. 67-88; D.W. Webbink, "Automobile Repair: Does Regulation or Consumer Information Matter?", Journal of Consumer Research, vol. 5, n° 3, décembre 1978, pp. 206-209.

3. Voir par exemple, U.S. Department of Transportation, Program Support for the Motor Vehicle Inspection Demonstration, Washington, D.C., Government Printing Office, 1977; Id., U.S. Department of Transportation News, 7 mai 1979.

4. U.S. Department of Transportation News, 7 mai 1979.

5. Consumers Union, "How Fair Are Repair Costs?", Consumers Reports, vol. 44, n° 4, avril 1979, pp. 196-197.

6. Michael Pertschuk, "Consumer Automobile Problems", Uniform Commercial Code Law Journal, 11, 1979, pp. 145-154.

duleux commis par des professionnels de l'industrie de la réparation automobile. On a, en outre, beaucoup parlé de cette question dans les journaux locaux et dans des magazines télévisés comme Sixty Minutes. Cette publicité peut n'être pas étrangère à l'idée négative que se fait la population de la performance des ateliers de réparation automobile⁷.

Cette étude se distingue de plusieurs façons des travaux antérieurs. D'abord, l'analyse est principalement d'aspect financier, caractéristique qu'elle ne partage qu'avec les études susmentionnées faites par Darby et Karni et, dans une moindre mesure, par Webbink. À la connaissance de l'auteur, aucune étude économique antérieure ne comportait d'analyse empirique. Contrairement aux approches expérimentales antérieures d'un examen de cette industrie, la présente étude utilise des données sur les dépenses de consommateurs réels.

Cette étude devrait pouvoir aider à formuler des politiques et à poser des jalons pour des recherches futures. En ce qui concerne les politiques, le rôle du gouvernement fédéral est très limité. La réglementation de cette industrie a été presque exclusivement l'affaire des gouvernements provinciaux. Toutefois, les problèmes propres aux réparations automobiles peuvent avoir des conséquences pour les fabricants d'automobiles et de pièces, questions qui intéressent le gouvernement fédéral. De plus, comme les lois provinciales régissant les réparations automobiles sont souvent très semblables, une analyse de l'industrie peut être entreprise à juste titre par le gouvernement fédéral.

7. U.S. Congress, Senate Judiciary Committee, Automotive Repair Industry, partie 1-2, audiences du 90^{ème} Congrès, 2^{ème} session, faisant suite à la résolution 233 du Sénat, 1968, et à la résolution 40 du Sénat, 1969.



Chapitre II

ANALYSE ÉCONOMIQUE DES PROBLÈMES DANS L'INDUSTRIE DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE

INTRODUCTION

Ce chapitre définit un contexte analytique qui est essentiel pour les considérations qui suivent sur les données d'expériences et sur les politiques. Nous nous attacherons ici à des principes micro-économiques simples pour nous faire une certaine idée de la nature des problèmes de l'industrie de la réparation automobile. Bien que l'argumentation économique présentée ici soit de façon générale assez élémentaire, l'analyse subséquente des données et des lois sera largement fondée sur le présent chapitre. Les conclusions de cette étude diffèrent sensiblement de celles que l'on peut trouver ailleurs, résultat en partie attribuable aux considérations théoriques exposées dans ce chapitre.

Nous nous attarderons ici aux pratiques trompeuses. Comme l'automobile est complexe, il faudrait beaucoup d'effort de la part du consommateur pour en comprendre à fond son fonctionnement et les avantages que comportent une réparation. Le consommateur se fiera donc aux conseils d'un spécialiste pour prendre la décision d'acheter un produit ou un service. Cette caractéristique de l'industrie de la réparation automobile ne constitue pas en soi un problème; chacun s'en remet aux critiques pour choisir un film, aux revues de consommation pour vanter un mélangeur, aux décorateurs d'intérieur pour suggérer des couleurs, etc. Toutefois, le problème dans l'industrie qui nous intéresse, c'est que l'efficacité commande habituellement de ne pas dissocier la réparation du diagnostic. L'inspection et le démontage nécessaires pour déceler la cause d'un trouble mécanique peuvent constituer une grande partie des coûts de la réparation. Nous avons là une situation où la personne qui établit le diagnostic peut être tentée de donner des renseignements erronés.

L'industrie de la réparation automobile est également caractérisée par le fait que le consommateur peut ne jamais savoir qu'il a été trompé. Si des pièces sont remplacées prématurément, le consommateur constatera simplement que l'automobile fonctionne bien. Pour certaines réparations, l'atelier pourra impunément ne pas effectuer toutes les réparations facturées. Par conséquent, les stimulants normaux que constituent la formation d'une clientèle d'habitues et la publicité privée verbale peuvent n'avoir pas les effets habituels et généralement souhaitables.

L'analyse qui suit ne s'applique pas seulement aux réparations automobiles; elle s'applique à une gamme beaucoup plus étendue de produits. La première caractéristique, l'offre conjointe de conseils et de services, est générale. Le personnel du magasin de peinture, du restaurant, de l'université, les médecins, etc., sont tous appelés à fournir des conseils sur le produit qu'ils offrent. De nombreuses raisons peuvent amener le consommateur à accepter les recommandations de son fournisseur. L'information peut être liée spécifiquement à ce dernier; dans un restaurant, le garçon fera ses recommandations d'après le menu de son établissement, ou encore, dans une université, un conseiller suggérera des cours qui s'y donnent. Par ailleurs, la recherche de conseils d'autres sources peut se révéler très coûteuse. Dans l'un et l'autre cas, on risque d'obtenir de faux renseignements. La deuxième caractéristique, soit le fait que les effets ne sont pas décelés, est beaucoup moins commune. Nous connaissons la valeur du cours qui nous fut conseillé à l'université une fois le cours terminé. Mais le consommateur ne pourra vraisemblablement pas déterminer, par exemple, si le réglage d'une soupape était vraiment utile.

La dichotomie entre la surévaluation et la simple fraude s'est révélée utile pour préparer cette analyse. Dans le cas de la surévaluation, l'atelier recommande des réparations, pour une raison quelconque, qui dépassent le montant de la réparation qui serait "optimale". (On trouvera ci-après une définition précise de la réparation optimale.) Si le client est d'accord avec les réparations prescrites, l'atelier fait le travail et établit la facture en conséquence. Dans le cas de la fraude, l'atelier recommande des réparations qui ne sont pas nécessaires pour le bon fonctionnement de l'automobile. Si le consommateur consent à les faire effectuer, l'atelier n'effectuera pas les réparations "superflues", mais il les facturera. La fraude se limitera probablement à des réparations dont le consommateur ne peut facilement vérifier si elles ont été faites.

Dans l'un et l'autre cas, le consommateur est trompé et paie pour un nombre excessif de réparations. Dans le cas de la surévaluation, le problème peut découler d'une tentative d'augmenter les profits, de l'ignorance, d'un excès de zèle ou de l'incompréhension des intentions du consommateur. Dans le cas de la fraude, il n'y a pas mille explications possibles. D'un point de vue analytique, la différence importante entre ces deux problèmes du marché, c'est que, dans la surévaluation, les réparations supplémentaires entraînent l'utilisation de ressources tandis que dans la fraude il s'agit simplement d'un transfert de richesse. Comme il n'y a pas de réparations réelles dans le cas de la

fraude, l'atelier n'assume pas de coûts de production supplémentaires. Ces deux pratiques sont étudiées séparément ci-après.

RÉPARATION OPTIMALE

Dans cette étude, il sera souvent question de réparations que le consommateur "devrait" faire effectuer, ou de réparations "nécessaires". Ces notions peuvent paraître très simples, mais il convient d'utiliser des termes assez précis. Les économistes protestent souvent l'emploi du terme "nécessaire" parce que celui-ci laisse entendre qu'on n'a pas le choix. Ici, comme probablement dans la vie de tous les jours, le mot "nécessaire" est utilisé seulement par souci de brièveté : la réparation nécessaire est simplement la réparation économiquement optimale.

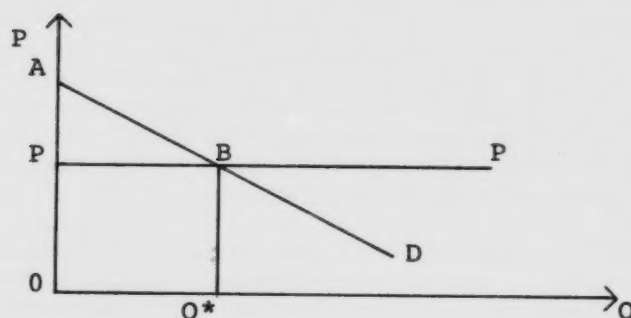
La notion de réparation économiquement optimale n'est pas sans importance. Il est relativement facile d'en donner une définition abstraite : la réparation économiquement optimale est celle à laquelle le consommateur consentirait s'il avait tous les renseignements qu'on peut raisonnablement supposer que possède le mécanicien compétent à chaque étape de la réparation. Ces renseignements comprennent l'information sur ce qu'il en coûte pour obtenir d'autres renseignements. Les difficultés apparaissent quand il s'agit de rendre cette définition opérationnelle. Avant d'examiner cette question, cependant, il pourrait être utile d'expliquer la définition proposée ici.

La notion fondamentale proposée dans cette définition est que la réparation optimale est celle que choisirait le consommateur s'il avait tous les renseignements voulus. Si le consommateur était parfaitement informé des avantages, alors les réparations automobiles seraient considérées comme n'importe quel autre produit, et le consommateur prendrait une décision suivant ses intérêts. En vertu de cette hypothèse d'information parfaite, il convient de préciser une fonction de la demande de réparations et de considérer que la quantité optimale de réparations correspond au point d'intersection de la courbe de la demande et de celle de leur prix. Dans la figure 1, Q^* représente la réparation optimale. La représentation de la courbe de la demande par une courbe descendante reflète les hypothèses économiques normales; toutefois, dans le cas spécifique de la réparation automobile, la courbe montre que les consommateurs tendraient à ne faire effectuer, parmi les réparations les plus coûteuses, que les plus indispensables et qu'ils choisiraient subséquemment les réparations de moindre importance évaluées à des prix inférieurs. Ce n'est pas que les répa-

rations situées au-delà du point Q^* soient sans valeur pour le consommateur; elles ne valent tout simplement pas leur prix.

Figure 1

La réparation optimale



La définition de la réparation optimale se complique un peu du fait qu'il faut apporter une restriction importante à la condition d'une "information complète". Nous ne devons pas supposer que la réparation optimale résulte d'une information absolument complète, mais plutôt de l'information réelle qu'un agent pourrait avoir à un moment quelconque. Beaucoup de réparations qui seraient inefficaces dans une hypothèse d'information parfaite deviennent efficaces si l'on considère l'information dont dispose normalement un mécanicien. Par exemple, lors d'une mise au point, le mécanicien remplacera normalement le condensateur dans un système d'allumage traditionnel. En fait, les condensateurs sont très fiables et ont rarement besoin d'être remplacés. Toutefois, le coût à assumer pour déterminer l'état d'un condensateur est probablement supérieur au coût du condensateur lui-même. De plus, la panne de condensateur est coûteuse, de sorte qu'attendre que la panne se produise n'est pas une solution efficace. Ainsi, compte tenu de la technique actuelle, la solution est de remplacer le condensateur comme mesure d'entretien normal. Remarquons que cette solution ne correspond pas à ce que commanderait l'efficacité dans une hypothèse d'information parfaite. Dans cette dernière hypothèse, le condensateur ne serait remplacé que si son état le justifiait. Cet argument peut évidemment s'appliquer à un certain nombre d'éléments, dont l'huile à moteur et autres lubrifiants, les tuyaux souples, les courroies, les câbles de batteries, etc. Bien qu'on puisse avoir l'impression qu'il s'agit là d'un détail, nous verrons son importance

extrême quand nous examinerons les études antérieures sur l'industrie de la réparation automobile.

Cette définition ne devrait pas nous porter à croire que le mécanicien a par lui-même la possibilité de déterminer la réparation optimale. Celle-ci ne peut être définie qu'en fonction des priorités du consommateur. Un consommateur peut attendre un rendement exceptionnellement élevé ou limité de son véhicule. De même, les objectifs des consommateurs peuvent varier considérablement en ce qui concerne la durée de leur automobile. Ainsi, la réparation optimale peut différer pour deux automobiles qui sont dans le même état mais qui n'ont pas le même propriétaire.

Ce dernier point peut être la principale difficulté lorsqu'il s'agit de donner une définition opérationnelle de la réparation optimale. Les préférences des consommateurs ne sont guère observables que par ce qui en transparaît dans leurs décisions. Comme la question qui se pose justement est de savoir si les effets du marché tiennent compte des préférences du consommateur, on ne saurait au départ présupposer que le marché révèle ses préférences. L'une des principales difficultés découle des objectifs différents des consommateurs en ce qui concerne la période pendant laquelle ils garderont leur automobile. (Sans doute cette question n'aurait-elle pas sa raison d'être si les marchés de revente étaient parfaits; toutefois, on peut raisonnablement supposer qu'ils ne le sont pas.) Un consommateur bien informé peut décider de différer certaines réparations s'il prévoit vendre son automobile peu après les avoir envisagées. Par ailleurs, un autre peut faire effectuer prématurément certaines réparations s'il prévoit que les pièces remplacées ou réparées dureront aussi longtemps qu'il demeurera propriétaire de l'automobile. Par exemple, un consommateur pourra décider de faire remplacer une pompe à eau à 80 000 km s'il sait que la pompe originale fera défaut à 100 000 km, mais que la nouvelle durera aussi longtemps que l'automobile elle-même dans n'importe quelles circonstances. Dans ce cas, le remplacement prématuré de pièces évite au consommateur les ennuis d'une panne qui se produit au mauvais moment.

Pour la définition opérationnelle de la réparation optimale, il y a encore une autre difficulté qui découle des hypothèses relatives à l'information. Comme les exemples cités antérieurement le montrent, la réparation efficace sera déterminée en partie par les coûts assumés pour obtenir les renseignements voulus sur le mauvais fonctionnement de la voiture. Si on constate qu'une pièce remplacée n'est, en fait, pas défectueuse, on ne conclura pas nécessairement que les réparations effectuées n'étaient pas optimales.

Ces deux problèmes donnent à entendre que, en général, il n'est pas possible de déterminer quelle réparation est optimale pour une automobile donnée, même si l'état de cette automobile est connu. Les réparations qui sont optimales sur le plan technique peuvent être exagérées ou insuffisantes en termes d'efficacité économique.

Les questions soulevées ici peuvent susciter un certain pessimisme quant aux possibilités de progrès dans ce domaine. Ces préoccupations compliquent effectivement l'analyse et limiteront la sûreté de l'interprétation des données empiriques. Les problèmes que posent la définition de la réparation optimale seront une préoccupation majeure lors de l'évaluation des études expérimentales antérieures de l'industrie. En théorie, on peut éviter le problème en supposant tout simplement l'existence d'un niveau optimal et en le considérant comme un concept abstrait. Il sera encore possible d'envisager des motifs qui pourraient inciter quelqu'un à s'écarter de l'idéal théorique. De plus, l'inaptitude d'un profane à évaluer la réparation optimale ne signifie pas que les membres de l'industrie ne peuvent l'évaluer. Il se peut que le mécanicien ait peu de difficulté à déterminer la réparation optimale, compte tenu de commentaires du consommateur tels que : "je ne m'en sers qu'en ville"; ou "je roule beaucoup sur les autoroutes"; ou "je la vendrai à la fin de l'année", etc. Évidemment, on peut s'interroger sur l'intérêt du mécanicien à déterminer les réparations qui s'imposent.

SURÉVALUATION

La surévaluation est un des abus auxquels un atelier de réparation d'automobiles peut s'adonner. Il y a surévaluation quand on incite le consommateur à faire effectuer un nombre d'interventions d'un montant supérieur à celui d'une réparation optimale. Ces réparations excessives sont réellement effectuées. Dans les cas où les consommateurs paient pour des réparations qui ne sont pas effectuées, c'est de la fraude, et cette question sera étudiée dans la section suivante.

Comme on l'a vu, il est généralement admis que la surévaluation est courante dans l'industrie de la réparation automobile. On considère que les ateliers de réparation peuvent augmenter leurs profits par cette pratique. Cet argument semble supposer que les ateliers de réparation réalisent des profits sur chaque unité de production et que, en augmentant la production, ils réalisent plus de profits.

Ces analyses sont essentiellement non économiques et les structures du marché et les politiques de prix compatibles avec une telle attitude sont rarement explicitées.

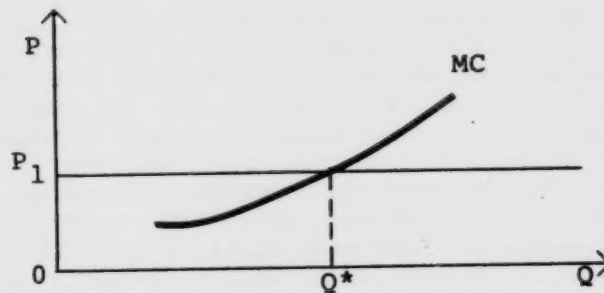
La structure du marché de l'industrie de la réparation automobile est, en fait, un facteur capital de rentabilité des surévaluations. Bien que la structure du marché qui pourrait favoriser ce genre de devis ne soit pas du domaine de l'improbable, elle comporte néanmoins certaines restrictions. Par conséquent, il serait utile d'examiner brièvement les types de structure de marché qui au contraire, en découragent la pratique par besoin d'équilibre.

L'une des structures de marché qui exclut la surévaluation est la concurrence. Prise au sens littéral, la définition des manuels porte à croire que la concurrence parfaite ne s'applique pas ici. Celle-ci, en effet, suppose un consommateur parfaitement informé, hypothèse contraire aux données de base du problème de l'industrie de la réparation automobile. Toutefois, il est possible de décrire des structures de marché plausibles proches de la concurrence parfaite, sans reposer sur l'hypothèse d'une information vraiment parfaite. Une telle description de structure de marché peut s'appliquer à l'industrie de la réparation automobile. Si on adopte les hypothèses habituelles de la concurrence parfaite selon lesquelles les entreprises sont nombreuses et les consommateurs connaissent tous les prix et ne font aucune distinction entre les entreprises, il faut alors supposer un comportement principalement déterminé par les prix, caractéristique essentielle de la concurrence parfaite. Chaque entreprise aurait des courbes de demande à peu près horizontales étant donné que chacune serait petite dans l'ensemble de l'industrie et que les consommateurs choisiraient immédiatement l'entreprise qui offrirait les prix les plus bas.

Dans les cas où chaque entreprise connaîtrait une fonction de demande horizontale, l'entreprise aurait, pour maximiser ses profits, une production quantitative telle que le prix correspondrait au coût marginal. Ce cas est illustré à la figure 2. L'entreprise qui produit une quantité Q^* maximise ses profits et n'a aucun intérêt à produire plus. Les entreprises pourraient pratiquer la surévaluation dans ce cas, mais elles n'ont aucun intérêt à le faire. L'entreprise peut avoir la production permettant de maximiser les profits sans avoir recours à cette pratique, de sorte que la surestimation des réparations ne servirait qu'à pouvoir atteindre une production Q^* en ayant moins de clients.

Figure 2

Choix de production : conditions de concurrence



Il semble donc qu'il faille s'écarter dans une certaine mesure de la concurrence pour rendre la surévaluation avantageuse. Il est intéressant de constater que le monopole, qui, en un sens, est l'exact contraire de la concurrence parfaite, ne favorise pas non plus la surévaluation, comme le montre la figure 1. Le monopoleur peut obtenir le surplus maximal du consommateur en ayant une production Q^* et en demandant au consommateur un montant égal au trapèze ABQ^*O .

La limite de la possibilité pour le monopoleur de pratiquer la discrimination par les prix donne lieu à un certain nombre de cas différents. Comme l'industrie de la réparation automobile n'est assurément pas un bon exemple de monopole, il n'est pas utile d'étudier chaque cas possible. Toutefois, le monopoleur n'aura jamais la possibilité d'obtenir un plus grand surplus que quand il a une production Q^* . Un cas intéressant est celui où aucune discrimination par les prix n'est possible (c'est-à-dire quand le prix unitaire des réparations est constant). Ici encore le monopoleur n'aura aucun intérêt à surévaluer le nombre de réparations à effectuer. Dans ce cas, il est utile de souligner que les consommateurs apprécient le moyen de transport, non les réparations elles-mêmes. Si nous considérons le monopoleur comme producteur de services de transport ou, mieux encore, comme "agent de prolongation de services de transport", le problème de la surévaluation peut être considéré comme correspondant à une question bien connue en économie, celle de savoir si un monopoleur peut supprimer une innovation technique. Dans les premiers travaux sur cette ques-

tion, ceux de Hirshleifer¹, on a pris comme exemple les ampoules électriques. Les consommateurs demandent des services visant à étendre la durée des produits (c'est-à-dire de l'éclairage dans l'exemple de Hirshleifer) et le monopoleur maximisera ses profits en produisant une quantité donnée de services visant à prolonger la durée de produits (l'éclairage) avec le moins de réparations possible (ampoules électriques).

Les marchés dont les structures sont compatibles avec la surévaluation sont ceux qui peuvent être dits marchés "monopolistiquement concurrentiels". La concurrence monopolistique suppose la présence de plusieurs entreprises et l'entrée libre sur le marché. L'entreprise a une courbe de demande descendante parce que son produit se distingue d'une certaine façon des produits d'autres entreprises de cette industrie.

La concurrence monopolistique est un modèle qui convient assez bien à l'industrie de la réparation automobile. Les ateliers de réparation sont, certes, nombreux dans toute région métropolitaine, et il semble qu'il n'y ait aucune barrière artificielle à l'entrée de nouveaux ateliers. Il est évident que ces ateliers diffèrent les uns des autres, même par leur emplacement et leur commodité d'accès selon les consommateurs. La réputation d'honnêteté et de compétence des mécaniciens est un facteur important de différenciation. La spécialisation dans certaines marques d'automobile peut offrir un intérêt particulier pour divers clients.

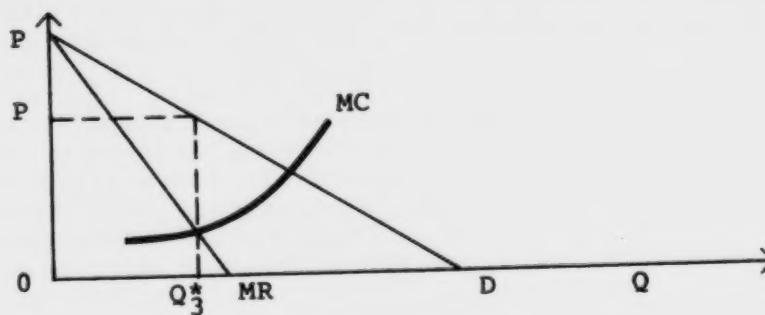
La différenciation des produits entraîne pour chaque entreprise une fonction à la baisse de la demande. Mais cette pente négative confère à chaque entreprise un certain contrôle indépendant sur les prix. Une entreprise ne perdrait pas tout son marché en augmentant légèrement ses prix ni ne s'accaparerait tout le marché en les diminuant légèrement.

La figure 3 reproduit le graphique utilisé dans les manuels pour indiquer les profits d'une entreprise qui a une courbe de demande descendante. L'entreprise maximise ses profits en offrant une quantité Q^* d'unités de production. Pour cette quantité, le coût marginal des réparations est égal au revenu marginal.

1. Jack Hirshleifer, "Suppression of Invention," Journal of Political Economy, vol. 79, n° 2, mars 1971, p. 382.

Figure 3

Choix de production : conditions monopolistiques



Dans le cas où la courbe de demande est à la baisse, l'entreprise aura toujours intérêt à faire en sorte de déplacer la courbe de demande vers l'extérieur par n'importe quel moyen. Comme le coût marginal est inférieur au prix, l'entreprise augmentera ses profits si elle peut vendre une plus grande quantité de produits au prix P. Si la courbe de demande se déplace vers la droite, l'entreprise augmentera ses profits puisqu'elle peut à tout le moins vendre une quantité supérieure de produits à l'ancien prix. La surévaluation du nombre de réparations est un des moyens que l'entreprise peut utiliser pour déplacer la courbe de demande. En persuadant ses clients que des réparations supplémentaires sont utiles, l'entreprise parviendrait à déplacer la courbe de demande vers la droite.

Il importe de souligner que d'autres facteurs peuvent occasionner le déplacement de la courbe de la demande. Mentionnons, par exemple, la promotion, la publicité et des heures d'ouverture commodées. La réputation est peut-être le facteur le plus déterminant du profil de la courbe de la demande pour une entreprise donnée. Ainsi, l'atelier qui envisage de déplacer la courbe de la demande vers l'extérieur au moyen d'une surévaluation doit également tenir compte de l'effet de cette pratique sur sa réputation. L'analyse qui a montré que la concurrence est incompatible avec cette pratique est ici capitale. On pourrait penser que les pratiques trompeuses auraient été le plus répandues lorsque le marché paraissait illimité du point de vue de l'entreprise. Tant qu'il y a "du pain sur la planche", l'atelier n'a pas à se soucier de sa réputation. Toutefois, pour l'atelier, c'est seulement dans les cas de la concurrence que la quantité demandée à un prix donné est variable. Lorsqu'il y a toujours du travail, surestimer le nom-

bre de réparations nécessaires n'offre aucun avantage (bien que la fraude puisse être très tentante). C'est seulement dans les cas où la surévaluation est rentable que la réputation devient un facteur important.

Le contraste des conséquences entre le monopole et la concurrence monopolistique pose un problème de logique, puisque dans l'un et l'autre cas l'entreprise a une courbe de demande descendante. On serait porté à croire que l'entreprise ayant un pouvoir monopolistique en tant que partie de l'industrie utiliserait les mêmes techniques de fixation des prix qu'une entreprise ayant un pouvoir monopolistique sur l'ensemble de l'industrie. La différence entre les deux est que, dans le cas du monopole, les consommateurs n'ont pas la possibilité de changer d'entreprise. De plus, le monopoleur peut exploiter au maximum le surplus du consommateur par le choix d'un prix approprié. La surévaluation de Q^* entraîne des coûts de production pour l'entreprise et ne peut augmenter la valeur que le consommateur attribue à la réparation. Dans le cas de la concurrence monopolistique, le produit de P et Q n'est pas la seule information d'importance pour le consommateur. L'opinion du consommateur concernant Q^* déterminera les coûts qu'il s'attend à payer à une entreprise concurrentielle pour les réparations nécessaires. En surévaluant Q^* , l'entreprise essaie, en fait, d'inciter le client à envisager des prix plus élevés que les entreprises concurrentielles pourraient demander pour les mêmes réparations. Une augmentation de P n'a pas d'effet semblable. L'augmentation de prix est immédiatement décelée et la quantité demandée diminuera en fonction d'une augmentation du prix, étant donné que certains clients feront affaire avec d'autres ateliers. Les pratiques trompeuses constituent donc une façon d'améliorer la situation de l'entreprise que n'offre pas un simple ajustement des prix.

Telle qu'elle a été définie antérieurement, la surévaluation est une tactique qui permet à l'entreprise de déplacer la demande d'une manière qui lui est favorable. Le degré utile à l'entreprise est limité étant donné qu'une baisse de la réputation de l'entreprise fera alors contre-poids à l'utilité de cette pratique. Cet effet sur la réputation de l'entreprise se manifestera de diverses façons. Certains clients refuseront tout simplement de faire exécuter les réparations recommandées s'ils soupçonnent qu'elles sont excessives. La réputation de l'entreprise sera encore atteinte si le client raconte son expérience à ses amis. Certains clients peuvent simplement constater que les gens qui fréquentent d'autres ateliers de réparation ont des frais globaux de réparation inférieurs pour des véhicules essentiellement similaires. L'inverse peut également se produire : un atelier qui s'abstient de pratiquer la suréva-

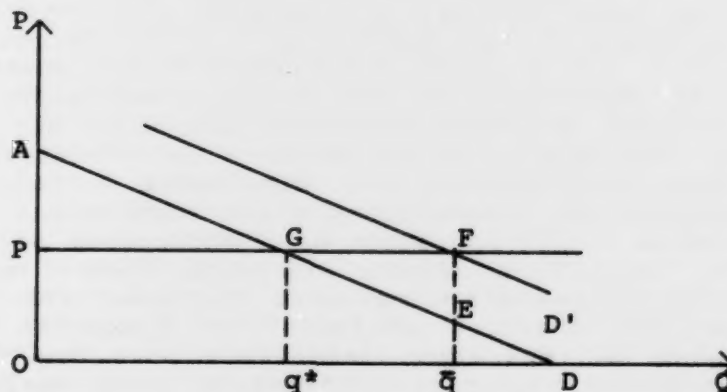
luation améliorera sa réputation et connaîtra un accroissement de la demande. L'entreprise compromise aura la fonction de demande la plus favorable lorsque ces deux effets se neutraliseront exactement au niveau marginal.

Consommateurs

Comme on peut raisonnablement supposer que les circonstances favorables à la surévaluation sont encore à redouter, il est nécessaire d'en considérer les effets sur les consommateurs. Il suffit de considérer encore la réparation optimale telle que la montre la figure 1. Les effets de la surévaluation sont indiqués à la figure 4. Ici encore, on utilisera la courbe de demande "réelle" du consommateur hypothétique, c'est-à-dire la courbe de demande qui s'appliquerait s'il avait tous les renseignements possibles sur l'état de son automobile. La courbe de demande réelle D du consommateur dans la figure 4 étant ainsi définie, la réparation optimale pour un consommateur à qui l'on demande un prix P est q^* . Le consommateur persuadé d'acheter une quantité de services supérieure à q^* est victime d'une surévaluation. Par exemple, l'atelier peut donner au consommateur des renseignements erronés de sorte que la demande de réparations est D' . Le consommateur demanderait $\bar{q}$ unités de services de réparation.

Figure 4

Pertes du consommateur victime de surévaluation



Nous pouvons évaluer la perte subie par le consommateur due à une surévaluation du nombre de réparations à effectuer sur sa voiture, en considérant les aires de surplus du consommateur dans chaque cas. Lorsque la réparation optimale est effectuée, le surplus du consommateur est représenté par l'aire $AGq^*O - PGq^*O = AGP$. Lorsque la quantité de réparations $\bar{q}$ est effectuée, le surplus du consommateur est représenté par l'aire $AE\bar{q}O - PF\bar{q}O = AGP - GFE$. Par conséquent, la perte subie par le consommateur par suite d'une surévaluation dans ce cas s'avère être égale à la superficie du triangle GFE.

Quoique très simple, cette spécification de la perte découlant de la surévaluation diffère nettement de celle des études expérimentales antérieures de l'industrie de la réparation automobile. L'une des principales erreurs de ces études réside dans le fait qu'elles considèrent que la perte est représentée par toute la superficie $GF\bar{q}q^*$. Si les pratiques trompeuses comprennent seulement la surévaluation et non la fraude, comme c'est le cas ici, les pertes subies par le consommateur sont inférieures aux pertes indiquées par ces études. Les réparations au-delà de q^* ne sont pas sans valeur aucune pour le consommateur; elles valent seulement moins que leur prix.

FRAUDE

La fraude consiste à recommander et à facturer des réparations inutiles et qui ne sont pas effectuées. C'est, par exemple, le cas où l'atelier recommande et facture une révision complète du moteur alors qu'une simple mise au point suffit et est effectuée. Les réparations qui ne laissent pas de traces visibles; par exemple les réglages, se prêtent particulièrement bien à cette pratique. Surtout quand ces réparations ne sont pas nécessaires, la probabilité que la fraude soit décelée est très faible. La "remise à neuf" de pièces, quand l'importance de la remise à neuf ne peut être clairement définie, peut offrir une autre possibilité de fraude.

Voici un modèle de fraude dans l'industrie de l'automobile. L'approche consiste à élaborer le modèle le plus simple possible qui puisse encore incorporer certaines caractéristiques réalistes des transactions entre le consommateur et le producteur. Ainsi, par exemple, on fera abstraction au départ de toute communication entre les consommateurs ou de tout dispositif institutionnel conçu pour résoudre les problèmes des consommateurs. En un sens, voici donc, délibérément construit, un modèle qui admet la fraude comme réaction d'équilibre en vue d'examiner la probabilité d'un tel résultat.

Le modèle

Comme cela a déjà été souligné, la possibilité de fraude découle de l'ignorance des consommateurs concernant la mécanique automobile. En pratique, on pourrait supposer une échelle ininterrompue de degrés de connaissance qui irait des connaissances poussées jusqu'à l'ignorance extrême. Pour les besoins du modèle, les consommateurs sont divisés en deux groupes : les informés et les non informés. Il est évidemment pratique d'étiqueter ces deux types de consommateur selon leur degré de connaissance des automobiles, mais le trait distinctif qui importe ici, c'est leur comportement en termes de recherche. Dans certaines circonstances, les consommateurs informés chercheront à obtenir une évaluation des réparations de plusieurs ateliers. On supposera deux choses relativement aux consommateurs informés : ils peuvent savoir si on les trompe et leurs attentes sont raisonnables sur le plan économique. Pour les besoins du modèle, on entendra simplement par attentes raisonnables que les consommateurs informés savent dans quelle mesure il est probable qu'on les trompe. On supposera que dans tous les cas les consommateurs non informés ne font aucune recherche. Ils peuvent avoir un motif raisonnable de penser que l'atelier les trompe, mais pour une raison quelconque ils décident de ne pas effectuer de recherches. Caractéristique intéressante, le consommateur informé connaît suffisamment les automobiles pour déceler un mensonge tandis que le consommateur non informé ne peut absolument pas savoir s'il est trompé. Toutefois, on pourrait tout aussi bien supposer, par exemple, que le soi-disant consommateur non informé assume des coûts de recherche élevés ou que le consommateur informé sait bien juger les gens. Les deux hypothèses sont compatibles avec le modèle.

Pour les besoins de notre modèle, un consommateur est une personne qui a constaté que quelque chose n'allait pas dans son automobile et qui veut la faire réparer. Par souci de simplicité, on suppose que les consommateurs demandent, pour un prix fixe, que leur automobile soit remise en bon état. Cependant, la demande que connaît un atelier donné, ou la quantité de réparations payées au total, peut être très élastique, comme on le verra ci-après. Cette hypothèse simplificatrice consiste seulement à dire que chaque automobile qui fonctionne mal sera réparée d'une façon quelconque. La lettre r représente le nombre d'automobiles qui nécessitent des réparations et σ la fraction de tous les consommateurs qui sont informés au sens expliqué plus haut. Nous avons donc $(1 - \sigma)$ consommateurs qui ne sont pas informés.

Le consommateur se présente d'abord dans un atelier avec sa voiture et demande un diagnostic. On suppose que la façon de procéder est la même pour l'un et l'autre types de consommateur. L'atelier fait un diagnostic, c'est-à-dire un relevé des réparations nécessaires. Ce diagnostic constitue, en fait, une soumission pour remettre l'automobile dans l'état que souhaite le consommateur. La réparation qui sera effectuée et qui est nécessaire pour remédier au problème mentionné par le consommateur sera appelée pour toutes les automobiles la réparation "a", qui comporte une quantité q_a d'unités de réparation. L'atelier peut faire un diagnostic juste qui suppose une quantité q_a de réparations. Il peut aussi faire un diagnostic frauduleux qui suppose un nombre supérieur q_b de réparations. Dans ce dernier cas, si le consommateur accepte la recommandation de l'atelier, l'automobile est remise en état au moyen d'une quantité q_a de réparations, mais une quantité q_b de réparations est facturée au client ($q_b > q_a$).

Un exemple concret pourrait être utile ici. Dans le modèle, chaque automobile a besoin d'une mise au point, mais certains mécaniciens recommanderont et factureront une mise au point avec en plus le rodage des soupapes. La mise au point est la réparation a et la mise au point avec rodage des soupapes la réparation b. Toutefois, le modèle ne suppose pas que toutes les automobiles ont les mêmes ennuis mécaniques. La quantité q_a est une unité de mesure. On peut considérer que les automobiles qui ont des ennuis mécaniques plus graves nécessitent plus de réparations, c'est-à-dire une quantité de réparations qui est un multiple de q_a . L'hypothèse restrictive ne prévoit qu'une seule possibilité de fraude. Si nous ne prévoyons qu'une seule autre possibilité de diagnostic, nous excluons les petits réglages comme degré de fraude à l'égard d'une même personne. Cette exclusion simplifie beaucoup l'analyse. En fait, les possibilités réelles de fraude demandent réflexion et connaissance. Par exemple, le mécanicien qui recommanderait le rodage d'une soupape sur deux éveillerait inévitablement des soupçons.

Comme il a été souligné, on suppose que les consommateurs non informés font effectuer les réparations recommandées dans tous les cas. Les consommateurs informés, eux, font des recherches en vue d'obtenir une évaluation qui corresponde à la réalité lorsqu'ils considèrent que les coûts des recherches seront inférieurs aux économies prévues. Supposons que c soit le coût à assumer pour obtenir une évaluation, L , la probabilité d'un mensonge et p , le prix unitaire des services de réparation. Le consommateur qui pré-

voit le rejet de toutes les soumissions qui comportent des réparations inutiles aura un nombre prévu de recherches de $l/l - L$. Sa démarche sera rationnelle si $c/l - L$ est inférieur ou égal à $p(q_b - q_a)$.

Deux hypothèses de comportement sont implicites dans cette formule. D'abord, nous présumons que le consommateur informé est plutôt passif. Il demande au mécanicien d'examiner son automobile et ne considère l'évaluation qu'une fois complété le diagnostic. Nous aurions pu supposer que le consommateur informé indique à l'atelier les réparations à effectuer. Bien que cette deuxième possibilité puisse refléter plus fidèlement l'apparence de l'échange entre le consommateur et le fournisseur, les apparences peuvent être trompeuses. Un consommateur de l'un ou l'autre type peut essayer de signaler qu'il est informé en proposant son propre diagnostic. L'atelier peut recommander des réparations supplémentaires. Dans ce cas, la substance des échanges est identique à celle de notre modèle; l'atelier est parvenu à soumettre une liste de réparations qu'il dit nécessaires pour obtenir un résultat satisfaisant. On peut s'expliquer pourquoi un consommateur pourrait se garder de soumettre son propre diagnostic ou de ne faire effectuer qu'une partie des réparations recommandées. Lorsqu'un client recommande lui-même les réparations à effectuer, la responsabilité de l'atelier n'est pas évidente dans le cas où les réparations demandées n'améliorent pas le rendement de l'automobile. De même, si le propriétaire du véhicule ne faisait effectuer qu'une partie des réparations recommandées, il aurait l'air de décharger l'atelier de toute obligation de faire disparaître les symptômes de mauvais fonctionnement ou de garantir les réparations effectuées. Néanmoins, le choix entre l'acceptation et le rejet restreint les possibilités de négociation du consommateur et doit être considéré comme une hypothèse simplificatrice du modèle.

La deuxième hypothèse est que le consommateur comme le producteur ont un comportement essentiellement conditionné par les prix. Cette hypothèse est assez naturelle dans une industrie qui compte un grand nombre d'entreprises. Il ne devrait pas être plus difficile d'obtenir le prix unitaire des réparations que d'obtenir le prix des biens de consommation en général. Lorsque le rendement prévu est le même pour un groupe d'ateliers, nous pouvons penser qu'un atelier qui demande un prix supérieur au prix demandé par les autres ne produira pas d'évaluations. De même, les attentes étant constantes, une faible réduction du prix permettra à l'entreprise d'accaparer une part arbitrairement importante du marché. Bien que cette hypothèse ne diffère pas de celle qu'on adopte normalement pour les industries concurrentielles, une hypothèse selon laquelle les attentes

pourraient découler des prix pourrait compliquer les choses. Nous considérons donc pour le moment qu'il est raisonnable de supposer une attitude du profiteur des meilleurs prix, encore que cette supposition puisse n'être pas la seule raisonnable pour cette industrie.

En résumé, le modèle vise un groupe de consommateurs dont la demande de réparations automobiles est contraignante à presque tous les égards. Ces consommateurs se rendent avec leur voiture à un atelier qui les trompe selon une probabilité L en prétendant qu'une quantité q_b de réparations est nécessaire. Si l'évaluation est acceptée par le consommateur, l'atelier effectue la quantité q_a de réparations mais facture la quantité de réparations Pq_b . Selon la probabilité $(1 - L)$, l'atelier recommande la quantité de réparations qui s'impose effectivement, soit q_a et facture Pq_a . Les consommateurs informés ignorent toutes les fausses déclarations si $c/(1 - L) < p [q_b - q_a]$, où c représente le coût des recherches.

Attitude de l'industrie de la réparation

On suppose que l'industrie de la réparation comprend un nombre N d'entreprises identiques qui se partagent le marché. Suivant nos hypothèses, chaque atelier maximisera ses profits en choisissant L , la fraction de clients qui sont trompés. L représente le nombre de mensonges de l'atelier aussi bien que de l'industrie dans l'ensemble puisque tous les ateliers sont identiques.

Au cours de chaque période, n clients soumettent leur automobile à l'atelier de réparation en vue d'un diagnostic. L'atelier sait que certains clients sont informés et que d'autres ne le sont pas; cependant, il ne peut distinguer les deux types de consommateur. Supposons que s représente la fraction de toutes les recherches faites par des clients informés auprès des ateliers. Soulignons qu'en général $s \neq \sigma$, puisque les consommateurs informés assument plus que leur part de recherches. En fait, le rapport entre s et σ est le suivant :

$$1) \quad s = \frac{\sigma \frac{1}{1-L}}{1 - \sigma + \sigma \frac{1}{1-L}} = \frac{1}{\frac{1-L}{\sigma} + L}$$

et

$$2) \quad \frac{\partial s}{\partial L} = \frac{\frac{1}{\sigma} - 1}{\left[\frac{1-L}{\sigma} + L \right]^2} \quad \frac{\partial s}{\partial \sigma} = \frac{\frac{1-L}{\sigma^2}}{\left[\frac{1-L}{\sigma} + L \right]^2}$$

De même, le nombre de recherches ne sera pas nécessairement égal au nombre de véhicules sur lesquels des réparations sont demandées. Si r est le nombre d'automobiles qui doivent être réparées, N le nombre d'ateliers et n le nombre de consommateurs qui font des recherches à n'importe quel atelier, le rapport entre ces variables est le suivant :

$$3) \quad Nn = r(1 - \sigma) + r\sigma(1/L - L)$$

Les coûts de l'atelier correspondent généralement à $C = C(Q)$, où Q est la quantité totale de réparations réellement effectuées par l'atelier. On suppose que $C'(Q)$, $C''(Q) > 0$. Si l'atelier prévoit qu'une fraction s de clients s'adressera à un autre atelier après avoir découvert que son diagnostic était faux, alors le revenu total prévu (TR) sera le suivant :

$$TR = [(1 - L)pq_a + L(1 - s)pq_b]n$$

Le premier terme entre parenthèses représente les revenus tirés des clients auxquels l'atelier donne des renseignements exacts. Le deuxième terme représente les revenus tirés des clients qui sont trompés mais n'effectuent pas de recherches. Le problème de la maximisation des profits pour l'entreprise s'énonce donc comme suit :

$$4) \quad \underset{L}{\text{Max}} \Pi = [(1 - L)pq_a + L(1 - s)pq_b]n - C(nq_a(1 - sL))$$

La production totale est $nq_a(1 - sL)$, puisque nsL est le nombre de clients qui sont trompés et qui effectueront des recherches s'ils s'estiment trompés. Pour tous les autres clients, l'atelier effectue une quantité q_a de réparations, bien que dans certains cas, le client paiera pour une quantité q_b de réparations. Comme L doit se situer entre zéro et un, la maximisation des profits nous oblige à former le lagrangien suivant :

$$5) \quad \mathcal{L} = [(1 - L)pq_a + L(1 - s)pq_b]n - C(nq_a(1 - sL)) + y(1 - L)$$

Les conditions Kuhn-Tucker nécessaires sont les suivantes :

6)

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial L} = [-pq_a + (1-s)pq_b]n - C'(nq_a(1-sL))(-snq_a) - y = 0$$

$$L \geq 0 \text{ et } L \{ [pq_a + (1-s)pq_b]n - C'(nq_a(1-sL))(-snq_a) - y \} = 0$$

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial y} = (1-L) \geq 0, \quad y \geq 0 \quad \text{et} \quad y(1-L) = 0$$

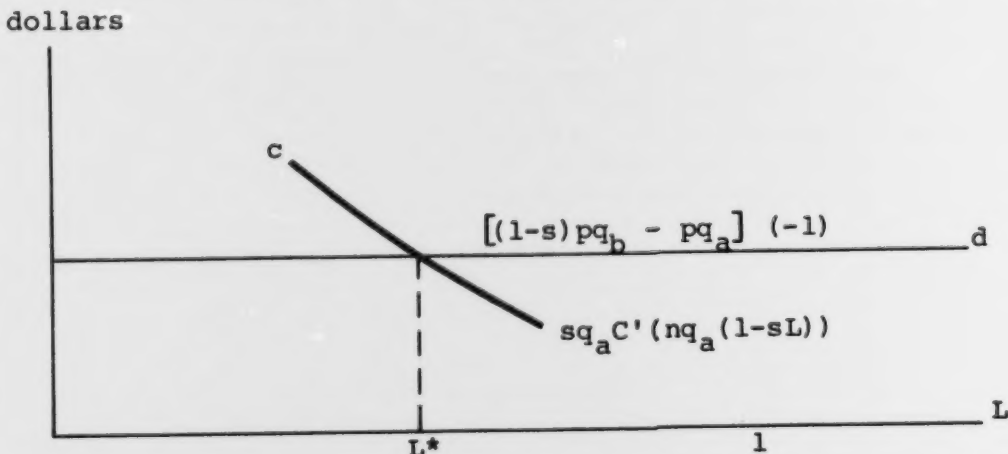
Les deux cas limites ($L = 1$ et $L = 0$) offrent un certain intérêt et sont étudiés plus loin. Comme on envisage la possibilité de fraude, la principale préoccupation est la solution intérieure. Dans ce cas, y vaut zéro et l'optimisation peut être indiquée de la manière suivante :

$$7) \quad (1-s)pq_b - pq_a = -sq_a C'(nq_a(1-sL))$$

Cette formulation ne paraît pas classique, et elle est, en fait, plutôt intuitive. Le côté gauche de l'équation 7 représente les effets prévus d'un autre mensonge supplémentaire sur les revenus. En trompant le client (en lui soumettant un diagnostic faux), l'atelier perdra certainement pq_a puisque le consommateur partira ou paiera pq_b . L'entreprise s'attendra à rattraper pq_b dans $(1-s)$ des cas. Le côté droit représente les effets prévus d'un mensonge supplémentaire sur l'ensemble des coûts. En termes de valeur prévue, les mensonges réduisent les coûts puisqu'ils permettent à l'atelier d'effectuer un moins grand nombre de réparations. Si l'on prend la valeur absolue des deux côtés de l'équation, on peut représenter l'optimisation pour une solution intérieure par un graphique (voir figure 5).

Figure 5

Solution intérieure optimisée pour l'entreprise



La courbe c représente les économies que réalise l'atelier par un mensonge supplémentaire. La pente négative s'explique par le fait que la production diminue quand L augmente et que le coût marginal diminue avec la diminution de la production. La figure donne quelques résultats statiques comparatifs simples. Un déplacement vers le haut de la fonction de coût marginal entraînera une augmentation de nombre de fraudes. Si p augmente, $[(1 - s)pq_b - pq_a]$ augmentera négativement (d se déplace vers le haut), de sorte que L diminuera si p augmente. Si q_a augmente ou si q_b diminue, L diminuera également. La réaction à une variation de s n'est pas évidente puisque ce paramètre entre dans les deux fonctions de telle sorte que les deux courbes se déplacent dans la même direction quand s varie. Suivant les présentes hypothèses, la première condition donne une fonction implicite de L dans s. En différenciant totalement la condition de premier ordre et en résolvant le système, nous obtenons :

$$8) \quad \begin{array}{cccc} & (-) & (-) & (+) \\ (dL) = & -pq_b + sq_a C''(nq_a(1 - sL))(-Lnq_a) + q_a C'(nq_a(1 - sL)) & & \\ ds & sq_a C''(nq_a(1 - sL))(nq_a s) & & \end{array}$$

(+)

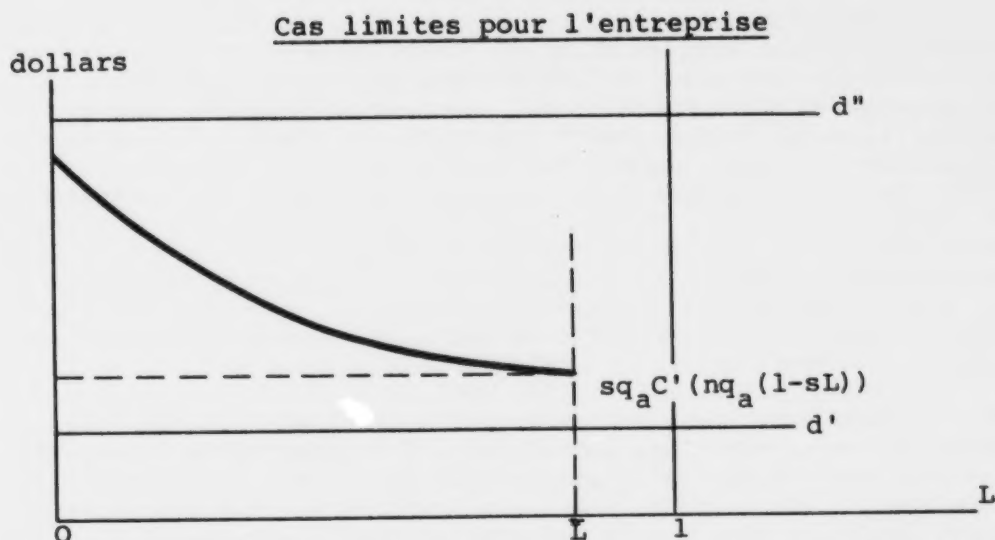
Le signe du dénominateur est déterminé par la restriction prévue à l'égard de la fonction de coût. On peut montrer que le numérateur est négatif en utilisant la condition de premier ordre pour montrer que $pq_b > q_a C'(nq_a(1 - sL))$. La condition de premier ordre est reformulée de la manière suivante :

$$9) \quad pq_b = q_a C'(nq_a(1 - sL)) - \left[\frac{pq_a}{s} - \frac{pq_b}{s} \right]$$

Le terme entre parenthèses est manifestement négatif puisque $q_b > q_a$. Ainsi pq_b doit être supérieur à $q_a C'(nq_a(1 - sL))$.

Les deux cas limites peuvent également être étudiés en fonction d'un graphique similaire, comme on peut le voir dans la figure 6.

Figure 6



Pour une fonction de perte de revenu comme d' , l'atelier maximiserait ses profits s'il trompait toujours ses clients. Intuitivement, ce cas résulte de prix qui sont relativement faibles comparativement aux coûts ou d'un écart important entre q_b et q_a .

D'une manière formelle, pour tout s donné, les possibilités offertes à celui qui prend une décision se situent dans l'intervalle $[0,1]$. Toutefois, l'échelle des valeurs possibles pour L en équilibre est plus restreinte, étant donné qu'au-delà de certaines valeurs de L les clients cesseront leurs recherches. Les consommateurs informés préféreront ne pas effectuer de recherches si L est supérieur à $\bar{L}$ où :

$$10) \quad \bar{L} = 1 - \frac{c}{p(q_b - q_a)}$$

$\bar{L}$ apparaît dans la figure 6. Dans les cas où la fonction de perte de revenu croise la fonction de réduction des coûts à droite de $\bar{L}$, la maximisation des profits exigera que $L = 1$.

L'autre cas limite est celui où la fonction de perte de revenu se situe au-dessus de la fonction de réduction des coûts pour tout l'intervalle $[0,1]$, comme l'indique la courbe d'' . Cela se produirait si p était élevé ou si la différence entre q_b et q_a était faible.

Prix d'équilibre

Jusqu'à maintenant, on a considéré le nombre d'entreprises, N , comme une constante. Cette restriction est vraie à court terme et sera utilisée dans le cadre des décisions des entreprises basées sur les mensonges relatifs aux prix. Toutefois, sans obstacles à l'entrée de nouveaux ateliers, un équilibre à long terme n'est possible qu'avec des profits nuls. Des profits positifs attirent de nouvelles entreprises dans l'industrie tandis que des profits négatifs en incitant quelques-unes à se retirer. Dans l'analyse qui suit, l'hypothèse relative au comportement d'acceptation des prix est initialement maintenue pour montrer la gamme étendue d'équilibres possibles. On verra ensuite que l'abandon de cette hypothèse limite le nombre d'équilibres possibles.

L'une des possibilités est celle où $L = 0$. Ici, l'atelier ne trompe pas le client, le mécanicien détermine de son mieux l'état de l'automobile et le marché fonctionne comme tout autre marché concurrentiel. D'autres entreprises feront leur entrée sur le marché s'il y a des profits, de sorte que l'on n'atteint un équilibre qu'avec des profits nuls et des prix qui correspondent au minimum des coûts moyens à long terme. Ce résultat est possible pour une fonction de "coût de mensonge" élevé comme d dans la figure 6.

L'extrême opposé est le cas où $L = 1$. Un tel résultat est possible pour un coût de mensonge assez faible comme d' . Ici, en dépit du fait que les mensonges sont très courants, personne n'est lésée. Il n'est pas question d'assumer des coûts pour effectuer des recherches étant donné que les consommateurs savent que la quantité de réparations est toujours exagérée et qu'il est donc inutile d'effectuer des recherches. Le prix réel correspond ici encore au minimum des coûts moyens à long terme, bien que le prix apparent soit inférieur au prix réel selon un facteur q_a/q_b . Les ateliers considèrent toutes les réparations de type a comme des réparations de type b et encaissent $p q_b$ pour chaque q_a . De nouveau, l'équilibre exige que les profits soient nuls de sorte qu'il y aura des entrées jusqu'à ce que $p q_b$ soit égal au coût moyen à long terme minimum de q_a . Il n'y a pas de redistribution parmi les types de consommateurs puisque chacun paie pour la quantité supérieure de réparations. La seule différence entre les consommateurs informés et les consommateurs non informés est que les consommateurs informés savent qu'ils sont trompés.

Empiriquement, cela signifie que la détermination de la quantité de fraudes serait un indice trompeur de la quantité d'économies que l'on pourrait réaliser en éliminant la fraude. Si on l'éliminait, le prix augmenterait suivant un facteur q_b/q_a . Les consommateurs ne seraient pas dans une meilleure situation sur le plan financier, encore qu'ils pourraient être un peu moins cyniques. S'il fallait engager des ressources pour éliminer la fraude, les consommateurs seraient même dans une situation plus mauvaise.

Les cas intéressants sont ceux où L^* se situe exactement entre zéro et un. Ici la quantité de réparations est exagérée, ce qui fait que d'une certaine manière certains consommateurs paient un prix plus élevé pour la même réparation. Les consommateurs informés effectueront des recherches jusqu'à ce qu'une évaluation les satisfasse. Les consommateurs non informés feront effectuer les réparations dès le premier diagnostic. Parmi ces derniers, certains paieront pour les réparations un prix supérieur au coût moyen.

Dans une situation d'équilibre, où des ateliers de réparation identiques se partagent le marché en parts égales, la quantité de réparations effectuées par tout atelier est :

$$11) \quad Q = r q_a / N$$

Cette équation traduit simplement les hypothèses antérieures selon lesquelles la demande de réparations est parfaitement inélastique, de sorte que $r q_a$ est la quantité de services produits. Si l'on substitue (11) et (3) dans la fonction des profits (4), on obtient :

$$12)$$

$$\pi = [(1 - L)p q_a + L(1 - s)p q_b] \frac{r}{N} \left(1 - \sigma + \frac{1}{1 - L} \sigma \right) - C(r q_a / N)$$

En supposant cette expression égale à zéro pour tenir compte du fait que les profits sont nuls dans un équilibre concurrentiel et en réarrangeant les termes, on obtient :

$$13)$$

$$\frac{C(r q_a / N)}{\frac{r q_a}{N}} = p \left[(1 - L) + L(1 - s) \frac{q_b}{q_a} \right] \left(1 - \sigma + \frac{1}{1 - L} \sigma \right)$$

On peut constater que le côté gauche de l'équation 13 représente le coût moyen. Si on remplace le côté gauche par AC et si on résout le système pour p, on obtient :

$$14) \quad p = \frac{AC}{\left((1-L) + L(1-s) \frac{q_b}{q_a} \right) \left(1 - \sigma + \frac{1}{1-L} \sigma \right)}$$

en remplaçant s par le membre de gauche de l'équation (1) et en effectuant une série de manipulations, on obtient :

$$14a) \quad p = \frac{AC}{1-L + \sigma L + L(1-\sigma) \frac{q_b}{q_a}} = \frac{AC}{1-L(1-\sigma) \left(1 - \frac{q_b}{q_a} \right)}$$

Soulignons que chaque fois qu'il y aura un nombre quelconque de mensonges, le prix sera inférieur au coût moyen. Intuitivement, on peut dire que cela se produit parce que les "victimes" paient un prix supérieur au coût moyen pour les réparations effectuées sur leur automobile. Sur le plan formel, on peut constater cela en notant que le dénominateur doit être supérieur à 1 lorsque $L > 0$ et $q_b/q_a > 1$. Il a été supposé ici que la deuxième condition était valable dans toute cette analyse.

Le fait que le prix est inférieur au coût moyen est important. Il signifie que les entreprises doivent tromper leurs clients à un taux optimal pour survivre. Si elles devaient dire la vérité et n'obtenir que $p q_a$ pour chaque réparation, leur revenu ne suffirait pas à couvrir les frais. Soulignons encore qu'il y a un transfert des consommateurs non informés aux consommateurs informés. Les deux paient un prix supérieur au coût marginal, mais le consommateur non informé assume une part disproportionnée des coûts fixes dans un équilibre de profits nuls.

Un autre facteur importe pour évaluer la performance de l'industrie : c'est sa capacité. Suivant les hypothèses utilisées ici, il est possible de démontrer que cette industrie a une capacité excédentaire, c'est-à-dire qu'elle compte plus d'entreprises qu'il n'en faut pour permettre à chacune de fonctionner au minimum de sa courbe de coûts moyens à long terme. Pour établir ce résultat en termes de courbes des coûts classiques, il est utile de construire des courbes de revenus marginaux et moyens à partir du nombre de véhicules réparés. Ces courbes apparaissent à la figure 7. La courbe AB représente le revenu moyen. Le point A correspond à la possibilité de tromper tous les n clients qui se présentent à l'atelier. Dans ce cas, $(1-s)n$ réparations sont effectuées et le revenu moyen est $p q_b$. Le point B représen-

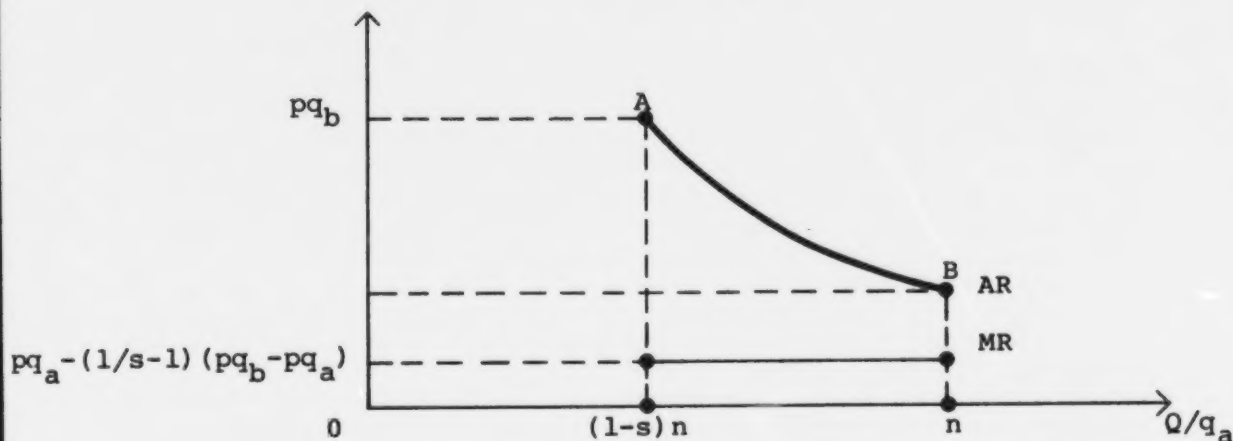
te l'extrême opposé où, pour tous les clients, l'atelier effectue une quantité q_a de réparations. Dans ce cas, tous les n clients reçoivent des services et le revenu est $p q_a$. Pour établir le revenu marginal, il faut noter que pour vendre une réparation supplémentaire à un moment quelconque, l'atelier doit prévoir dire la vérité à un nombre plus grand $1/s$ de consommateurs. La réparation supplémentaire procure des revenus $p q_a$, mais le fait de dire la vérité occasionne une perte de revenu $1/s(p q_b - p q_a)(1 - s)$. Ainsi, le revenu marginal est une constante (eu égard à Q/q_a) et s'exprime comme suit:

$$\begin{aligned} 15) \quad MR &= p q_a - 1/s(p q_b - p q_a)(1 - s) \\ &= p q_a - (1/s - 1)(p q_b - p q_a) \end{aligned}$$

Avec un revenu marginal constant, la courbe du revenu moyen subit une inflexion vers l'origine, comme le montre la figure 7.

Figure 7

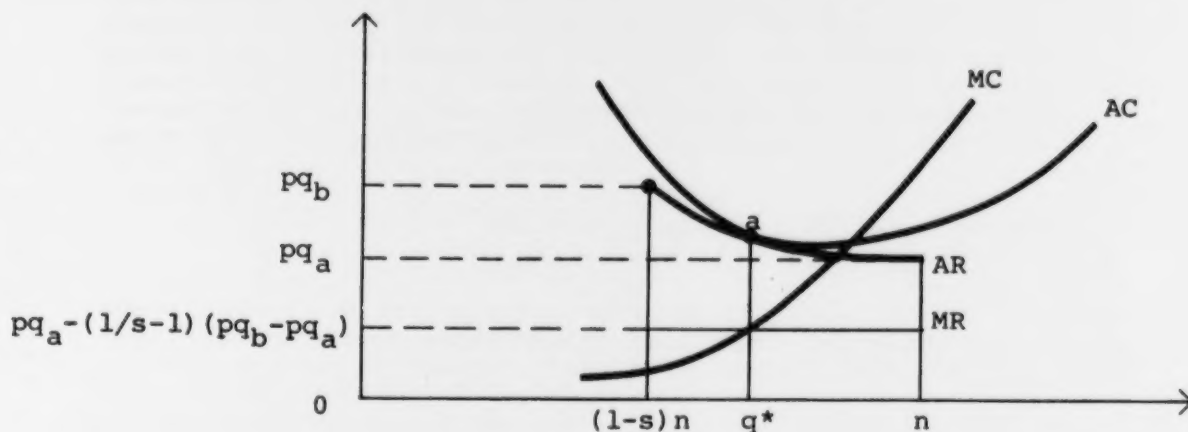
Fonction du revenu marginal sur les réparations



Les courbes des revenus et des coûts marginaux et moyens pour une situation d'équilibre où les profits sont nuls apparaissent dans la figure 8.

Figure 8

Situation d'équilibre de profits nuls pour l'entreprise



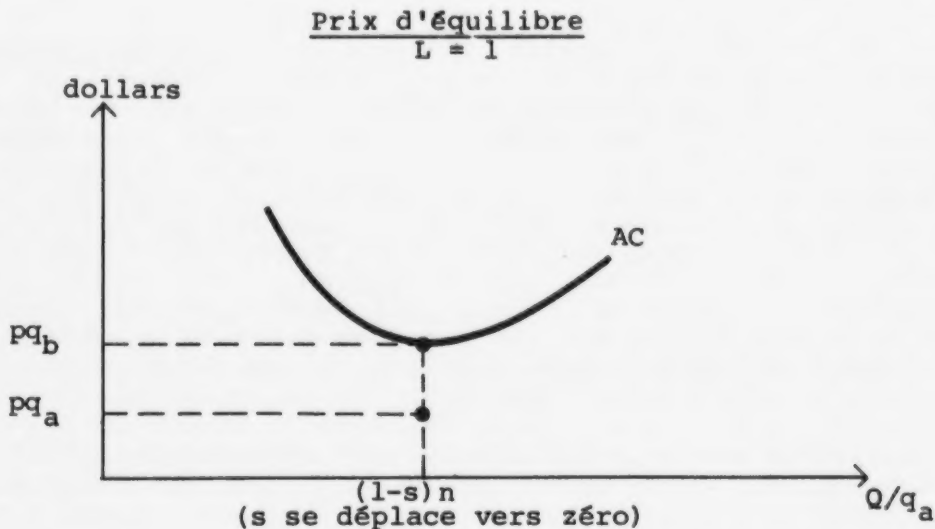
Comme la courbe des coûts moyens doit être tangente à une courbe descendante du revenu moyen, une industrie de ce genre doit avoir une capacité excédentaire lorsqu'il y a une solution intérieure eu égard à la fraude.

Pour un P donné, l'équilibre est unique. L'entrée d'entreprises dans l'industrie provoque le déplacement des courbes du revenu moyen vers la gauche, les bornes se déplaçant sur des droites horizontales ayant leur origine en pq_a et pq_b . La courbe du revenu moyen s'accroît étant donné que s diminue au fur et à mesure qu'augmente le nombre d'entreprises. Si la courbe du revenu moyen est plus accentuée que la courbe des coûts d'ensemble moyens, l'équilibre sera atteint à une borne.

Suivant les hypothèses retenues ici, l'équilibre n'est pas unique. Pour chaque prix de l'intervalle approprié, il y a un équilibre différent de profits nuls selon le nombre d'entreprises. L'augmentation des prix provoque le déplacement de la courbe du revenu moyen vers le bas et son basculement vers l'horizontale. Tant que pq_b est supérieur à la valeur minimale du coût global moyen, un certain nombre d'entreprises connaîtront un équilibre où les profits sont nuls.

Il n'y a pas de mécanisme absolu qui guide le choix d'un équilibre donné. Toutefois, en apportant une modification aux hypothèses, on peut obtenir un équilibre unique. Bien qu'on ait supposé un comportement d'acceptation des prix, il devrait être clair qu'une entreprise qui connaît un équilibre où les profits sont nuls (comme celui qui est décrit à la figure 8), aurait intérêt à essayer d'augmenter n , le nombre de clients qui demandent un diagnostic. En ce sens, un point tel que a n'est pas un point d'équilibre au sens le plus strict puisque chaque entreprise aurait intérêt à offrir des prix légèrement inférieurs à ceux des autres pour augmenter n . Si toutes les entreprises devaient agir de cette façon, la courbe des revenus moyens descendrait et pivoterait dans le sens des aiguilles d'une horloge. Cela entraînerait des pertes. Les prix en équilibre ne seraient rétablis que par la sortie de ces entreprises de l'industrie, ce qui provoquerait le déplacement de la courbe des revenus moyens vers la droite. Il y a deux points d'arrêt plausibles pour ce processus. La figure 9 montre le premier.

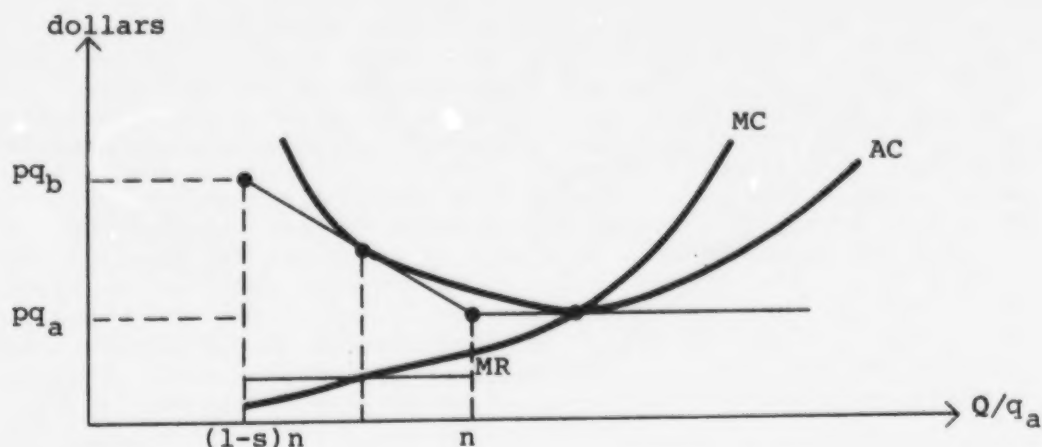
Figure 9



Dans la situation illustrée à la figure 9, tous les clients sont trompés, mais le prix des réparations "gonflées" suffit seulement à couvrir le coût moyen. Il s'agit du cas où, tous, nous nous laissons tenter par le produit ou service "de luxe", bien que bon nombre d'entre nous sachions que nous n'obtiendrons rien de très extraordinaire. Dans ces conditions, la courbe des revenus moyens dégénère jusqu'à n'être plus qu'un point étant donné que s se déplace vers zéro.

Figure 10

Prix d'équilibre : cas spécial



On pourrait aussi assumer une structure particulière du comportement des consommateurs dits non informés. On a déjà dit qu'ils pourraient avoir ou n'avoir pas conscience de la possibilité d'être trompés. On pourrait supposer maintenant qu'en général ils ne s'attendent pas à être trompés, mais qu'ils pourraient avoir des soupçons si les prix étaient trop faibles. Spécifiquement, on peut considérer le coût moyen minimum comme la limite inférieure du prix au-dessous de laquelle les consommateurs craindraient d'être victimes de pratiques frauduleuses. Ce cas pourrait se produire s'il y avait une industrie de réparation comparable dont les prix seraient connus mais où il n'y aurait pas de fraudes. Ainsi, par exemple, la réparation des freins à 29,95 \$ peut ne pas attirer les consommateurs ou même susciter leur méfiance. Dans les cas où les consommateurs auraient un tel flair, l'équilibre serait celui qui est indiqué dans la figure 10. Ici, la borne de droite de la courbe des revenus moyens est fixée sur une droite horizontale passant par la limite inférieure de la courbe des coûts moyens à long terme.

QUESTIONS CONNEXES

Établissement des taux selon le barème

Les barèmes des temps de réparation sont des guides qui indiquent le temps estimatif requis par un mécanicien pour effectuer une réparation donnée. Beaucoup d'ateliers

utilisent ces barèmes pour déterminer le prix des réparations. Si, par exemple, le barème prévoit une heure et demie pour changer une pompe à eau, beaucoup d'ateliers factureront une heure et demie de travail, quel que soit le temps réellement nécessaire à la réparation. D'après certains articles de revues², l'utilisation des barèmes lèse les consommateurs. Il y a lieu de croire que les barèmes surévaluent le temps moyen qu'il faut en général à un mécanicien pour effectuer une réparation³. Ainsi, on peut dire que le consommateur paie un prix supérieur au coût des réparations s'il paie le taux horaire de l'atelier multiplié par une évaluation gonflée des coûts des réparations.

Bien que cet argument paraisse assez convaincant, il est faux si les réparations d'automobiles sont effectuées dans un marché concurrentiel ou monopolistiquement concurrentiel. Les barèmes lèseraient les consommateurs uniquement s'ils servaient à favoriser une collusion dans la détermination des prix. Dans ce cas, le problème réside dans la collusion, non dans le barème. La fixation des prix par des entreprises privées est, d'ailleurs, interdite en vertu de la loi actuelle et ne représente pas le problème étudié ici.

Avant d'analyser les effets de la surestimation du temps requis pour effectuer les réparations, il importe de souligner qu'il n'est pas tout à fait certain que les estimations du temps de réparation moyen contenues dans ces barèmes soient erronées. Le type d'argument qu'on invoque contre les barèmes est illustré dans l'article du Consumer Reports⁴. On y cite la déclaration suivante d'un procureur du district de San Francisco : "Au cours d'une période de trois mois, 335 clients sur 540 ont payé pour un nombre d'heures supérieur au nombre d'heures de travail réel". On cite également une étude effectuée au Wisconsin : "Au cours de la période étudiée, il y a eu 33 267 heures de travail de réparation, mais les consommateurs ont dû payer pour 45 631 heures".

Ces témoignages ont incité le magazine à effectuer ses propres tests en évaluant le temps qu'il fallait à son propre mécanicien pour effectuer 23 réparations sur cinq

2. Voir par exemple, Consumers Union, "How Fair Are Repair Costs?", Consumer Reports, vol. 44, n° 4, avril 1979, pp. 196-197.

3. Ibid.

4. Ibid.

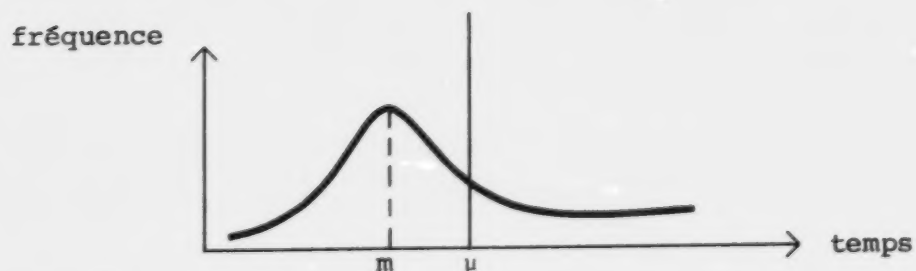
automobiles. Pour 19 des 23 réparations, le Chilton's Professional Labor Guide and Parts Manual a fourni des estimations supérieures au temps requis par le mécanicien de l'Association américaine des consommateurs. La surestimation moyenne du Consumers Reports pour les 23 réparations est d'environ 25 p. 100. Les auteurs de l'article ont indiqué qu'il était possible que leur mécanicien soit exceptionnellement rapide.

Bien que la surestimation des réparations semble probable dans ce cas, d'autres explications sont possibles. D'abord, les ateliers spécialisés, qui ne réparent qu'un élément ou une marque d'automobile spécifique, devraient être plus rapides que l'atelier général. Une explication plus compliquée découle de la répartition du temps de réparation réel. On peut penser que la répartition du temps de réparation correspond à une attitude positive. La figure 11 montre cette répartition, qui est celle que l'on obtient s'il est vrai que, bien que la plupart des réparations soient courantes, celles où surviennent des complications prennent beaucoup de temps. La médiane, représentée par m , serait plus petite que la moyenne, exprimée par μ . Si l'objectif d'un barème est de donner des estimations des temps de réparation moyens, ces guides devraient donner μ . Peut-être qu'en disant que la plupart des réparations nécessitent moins de temps que prévu, on confirme seulement le fait que la médiane se situe à gauche de la moyenne.

Cet argument ne démontre pas que les barèmes de base sont exacts; il montre seulement que les faits cités ne suffisent pas pour justifier les conclusions qu'on en a tirées⁵. On peut maintenant parler de ce qui peut se produire

Figure 11

Apport du travail dans une réparation hypothétique



5. Ibid.

si ces barèmes sont inexacts, sans toutefois supposer ici qu'ils surestiment effectivement les temps de réparation moyens.

Le cas le plus simple à considérer est celui où le barème est utilisé pour donner une estimation que l'atelier est obligé de respecter. Pour les besoins de l'argumentation, on pourrait supposer que les barèmes surestiment de 25 p. 100 le temps de réparation. Les estimations égales au prix multiplié par la quantité d'heures de travail à taux fixe sembleraient refléter cette surestimation. Cependant, le prix (par unité de temps) permet une plus grande souplesse. On pourrait considérer, par exemple, ce qui se passerait si p était le prix concurrentiel. Le produit $p\hat{q}$, où $\hat{q}$ est l'estimation du temps requis selon le barème, surévaluerait de 25 p. 100 les coûts de réparation concurrentiels. Cela permettrait à l'industrie de réaliser des profits et, comme dans le cas de la concurrence simple, provoquerait l'entrée d'autres entreprises. Cette tendance se poursuivrait et ferait baisser les prix jusqu'à ce que les profits économiques soient éliminés. L'équilibre serait atteint lorsque le nouveau prix serait égal à 80 p. 100 du prix concurrentiel non surévalué, c'est-à-dire si :

$$\hat{q} = sq$$

où $\hat{q}$ = estimation du temps requis pour la réparation selon le barème;

q = temps de réparation réel;

s = est défini, selon l'expression, comme étant le rapport de surestimation.

Alors, s'il n'y a pas d'obstacle à l'entrée d'ateliers nouveaux, il faut, pour atteindre l'équilibre, que :

$$P_e = 1/s P_c$$

ou P_e = prix d'équilibre;

P_c = prix d'équilibre à profits nuls; dans le cas où il n'y a pas surestimation des réparations.

Dans le cas déjà examiné où l'atelier est obligé de s'en tenir à ses estimations, l'utilisation du barème n'a aucun effet sur les frais assumés par le consommateur. Les avantages du barème deviennent alors une question importante. Le barème permet à l'atelier de fournir une estimation, de vérifier la productivité des mécaniciens et d'éviter l'installation coûteuse d'un système d'enregistrement des heures de travail.

L'analyse est un peu plus compliquée si les estimations ne créent pas une obligation pour l'atelier. Certains ateliers peuvent fixer les prix de telle sorte que le consommateur paie le prix le plus élevé, en fonction du barème ou du temps effectivement requis pour effectuer les réparations. Cette façon de procéder semble favoriser excessivement l'atelier, puisque dans l'un ou l'autre cas, le consommateur est perdant: il paie un surplus d'heures de travail si les réparations sont faciles à effectuer, mais le temps réel qu'auront nécessité les réparations s'il y a des complications. Cependant, dans la mesure où les marchés sont concurrentiels, cette pratique d'établissement des prix n'entraînera pas de profits pour l'atelier. Ici encore, les prix s'ajusteront par compensation et baisseront jusqu'à ce que les revenus moyens correspondent au coût moyen. Dans les cas où le mécanicien prend moins de temps que ne le prévoit le barème, le client paie un prix légèrement supérieur au prix qui serait concurrentiel dans des conditions "idéales". Lorsque les réparations nécessitent plus de temps que ne le prévoit le barème, le client paie un prix inférieur à ce qu'il en coûte réellement pour réparer son automobile.

Lorsque les estimations constituent une obligation pour l'atelier, celui-ci assume le risque qui découle des écarts dans les temps de réparation. Lorsque le prix correspond simplement au temps de réparation réel, le consommateur assume tout le risque. Lorsque les frais correspondent au chiffre le plus élevé, temps estimatif ou temps réel, le risque est partagé par les deux parties puisque le prix nominal d'équilibre est inférieur au prix "réel" moyen.

Il convient de se demander qui devrait assumer ce risque. Si l'on pouvait observer le comportement du mécanicien indépendamment du facteur coût, l'analyse porterait sur la répugnance des deux parties contractantes à prendre des risques. Toutefois, en pratique, certains risques subjectifs⁶ auront probablement plus de poids que la répugnance à prendre des risques. Cela signifie que l'atelier peut prendre des mesures qui influenceront sur le temps que nécessite une réparation. Si l'atelier peut s'assurer contre le risque, il peut agir de façon à faire augmenter le coût des réparations. Il y a, évidemment, des risques subjectifs du côté du consommateur aussi, étant donné que certaines mesures de précaution peuvent réduire la difficulté d'effectuer

6. L'expression "risque subjectif" est utilisé ici strictement dans le sens qu'elle a en économie pour désigner des comportements qui découlent de lacunes dans le contrôle et l'application des contrats.

les réparations. Cependant, il est supposé ici que ces effets sont minimes. Un autre argument en faveur des estimations obligatoires, c'est que le coût d'évaluation des facteurs est très élevé pour le consommateur, si les frais de réparation doivent être fondés sur ces facteurs.

Ceux qui critiquent l'utilisation des barèmes disent qu'ils incitent les mécaniciens à expédier leur travail au détriment de la qualité. Certains ateliers rémunèrent les mécaniciens en fonction du nombre d'heures facturées aux clients plutôt que du nombre d'heures de travail. Toutefois, ceci n'est pas, en soi, un effet du barème, mais un problème qui touche tout système de rémunération à la pièce fondé sur les factures présentées aux clients. Le barème facilite simplement l'évaluation de la production.

Le système de rémunération à la pièce incite le mécanicien à travailler vite. Si la qualité du travail peut être contrôlée facilement, ce stimulant est approprié. Toutefois, si la qualité ne peut être contrôlée, le mécanicien peut négliger la qualité pour augmenter la production. Si la qualité était difficile à contrôler, les ateliers de réparation n'auraient pas intérêt à rémunérer les employés selon ce système. En pratique, le fait que les ateliers rémunèrent les mécaniciens à la pièce laisse entendre que le coût du contrôle de la qualité de la production est inférieur au coût du contrôle des facteurs qui déterminent cette dernière.

L'entretien régulier

Les types de réparations qui devraient poser les problèmes les plus significatifs sur le plan de l'information, sont les réparations autres que d'entretien régulier et courant effectuées pour éliminer une cause de mauvais fonctionnement. Bien que les modèles présentés plus haut puissent être appliqués à n'importe quel aspect de la réparation et de l'entretien des automobiles, l'application la plus naturelle concerne les réparations comme telles plutôt que l'entretien courant. Le diagnostic et l'exécution des travaux ne sont pas étroitement liés sur le plan de la production en ce qui concerne l'entretien courant. Le mécanicien peut donner des conseils, mais le consommateur peut demander conseil ailleurs. Ce dernier peut consulter des agents indépendants, qui n'ont aucun lien avec la production et la réparation des automobiles. Beaucoup de manuels et de revues générales donnent des conseils sur l'entretien courant. Des organismes de services peuvent également fournir cette information, mais comme l'ensemble des réparations

peut être bien défini à l'avance, le coût total de l'entretien courant effectué par des entreprises concurrentes peut être facilement étudié avant que ne soient effectués les travaux.

Le fabricant est une autre source d'informations. Comme celui-ci connaît particulièrement bien ses automobiles, ses recommandations peuvent avoir plus de poids que celles d'autres personnes. Les fabricants n'ont aucune raison évidente d'exagérer les travaux d'entretien. D'abord, les propriétaires des automobiles ne feront pas nécessairement faire l'entretien courant de leur automobile par un concessionnaire, dont les installations sont, d'ailleurs, rarement la propriété du fabricant. Évidemment, les fabricants, au moyen de diverses stratégies d'établissement des prix, peuvent tirer profit d'une politique qui procure des avantages aux concessionnaires. Toutefois, même si les installations des concessionnaires étaient la propriété exclusive des fabricants, ces derniers tireraient parti du gonflement des coûts d'entretien seulement dans certaines conditions très particulières.

Deuxièmement, si le consommateur prévoit correctement les coûts d'entretien, le revenu global que le fabricant pourra tirer des réparations d'une automobile sera indépendant de la répartition des coûts entre l'achat de l'automobile et l'entretien. Par exemple, si un fabricant peut vendre 1 000 automobiles à 10 000 \$ chacune, quand tous les travaux d'entretien sont gratuits, on peut penser qu'il ne pourrait demander que 8 500 \$ pour pouvoir encore vendre 1 000 automobiles en prévoyant des travaux d'entretien d'une valeur réelle de 1 500 \$. Si les consommateurs ont une vue rationnelle des choses, ces deux formules seront pour eux équivalentes.

Le comportement du consommateur ne doit pas nécessairement être celui d'une personne parfaitement informée. Cependant, on pourrait penser qu'avec le temps il se rapproche de celui des consommateurs bien informés puisqu'ils finiront par connaître l'entretien que requièrent certaines marques spécifiques. L'importance de la fidélité à une marque dans cette industrie montre que les consommateurs ont des opinions arrêtées concernant, entre autres choses, les coûts d'entretien. De plus, le fait que AMC et Chrysler offrent aux consommateurs l'entretien sans frais supplémentaires et que Ford fait valoir que ses automobiles exigent peu d'entretien courant montre que le consommateur prend effectivement ce facteur en considération lors de l'achat d'une automobile.

Dans certains cas, on peut faciliter la discrimination par les prix en liant la vente principale à celle, simultanée, d'un autre produit. Mais cette discrimination suppose qu'on gonfle non pas la production, mais le prix de l'autre produit. En outre, le choix de vente conditionnée fait intervenir des produits pour lesquels les services par unité du produit varient d'un consommateur à l'autre; aussi ne convient-il sans doute pas aux automobiles⁷. Enfin, comme nous l'avons vu plus haut, l'entretien ne fait pas l'objet d'une obligation contractuelle dans le cas des automobiles.

CONCLUSIONS

Il convient, à ce point, de donner un aperçu général analytique de certains problèmes éventuels, réels ou supposés, de l'industrie de la réparation automobile. En partie à cause de la portée générale des problèmes étudiés, mais largement en raison de leur nature, la présente analyse n'est pas concluante dans tous les cas. Par exemple, l'absence d'un équilibre unique quand il y a possibilité de fraude empêche d'obtenir des données statiques comparables.

L'ambiguïté de certains résultats est fâcheuse sur le plan scientifique, et il reste encore beaucoup à découvrir. Le débat public sur cette question a souffert de conclusions prématurées de nombreux commentateurs. Bon nombre des arguments avancés ici contredisent le point de vue de publications qui s'adressent aux consommateurs. En outre, comme on l'a souligné dans l'introduction de ce chapitre, nos modèles théoriques sont concluants en ce qui concerne l'interprétation des données empiriques.

Tout en demeurant assez prudents, l'étude permet de tirer les conclusions suivantes :

- 1) Une réparation optimale ou idéale ne peut être définie simplement en fonction de ses effets sur le plan technique. Elle ne peut être déterminée qu'en fonction des priorités du consommateur, des possibilités techniques de l'information que possède le mécanicien et des coûts à assumer pour obtenir l'information. Une réparation qui est optimale

7. Pour une description complète de l'utilisation des ventes liées, voir M.L. Burstein, "A Theory of Full-Line Forcing", Northwestern University Law Review, vol. 55, mars-avril 1960, p. 62.

(c.-à-d. supposant une information complète sur l'état d'un élément) peut devenir inefficace quand on tient compte de ce qu'il en coûte pour déterminer l'état de cet élément.

2) L'attrait de la surévaluation du nombre de réparations ne caractérise les cas simples ni du monopole ni de la concurrence. Il faut des éléments des deux à la fois pour que la surévaluation soit avantageuse pour l'entreprise. Dans le cas de la concurrence monopolistique, cette pratique provoque un déplacement de la demande. Cependant, d'autres caractéristiques de déplacement, notamment la réputation, entrent alors en jeu. Là où les consommateurs sont informés et où la création d'une clientèle d'habitues est un facteur important, on peut s'attendre à ce que les atteintes à la réputation soient considérables.

3) La perte découlant de la surévaluation n'est pas tout le montant demandé pour les réparations au-delà du niveau idéal, mais la différence entre l'évaluation hypothétique des réparations par le consommateur parfaitement informé et la somme demandée pour ces réparations. Cette juste estimation de la perte sera dans beaucoup de cas inférieure à l'estimation incorrecte qu'on s'en fait souvent.

4) Les effets de la fraude sont difficiles à évaluer et dépendent de la compétitivité du marché.

5) Les barèmes des temps de réparation à taux fixes ne sont sans doute pas un objet approprié pour la réglementation. Ils comportent certains avantages en ce qu'ils prévoient des estimations obligatoires avant l'exécution des travaux. Toute surestimation systématique du temps de réparation requis sera compensée par un rajustement du prix. La critique populaire de ces estimations ne tient pas compte de l'ajustement de prix qui se produira.

6) Les fabricants n'ont aucune raison évidente d'exagérer l'entretien courant. Une telle pratique ne pourrait durer que dans des circonstances très exceptionnelles. De plus, on peut obtenir de l'information sur l'entretien courant auprès de sources indépendantes.

Chapitre III

DONNÉES EMPIRIQUES SUR LA RÉPARATION AUTOMOBILE

INTRODUCTION

Le chapitre II a exposé le revers de l'avantage économique de produire à la fois le diagnostic et les réparations, à savoir la création de circonstances favorables à la surestimation et à la fraude. En termes simples, cela signifie que le consommateur prendra conseil de l'atelier de réparation qui, dans certains cas, aura intérêt à donner de mauvais conseils. Le présent chapitre apporte des données diverses sur l'étendue des problèmes dans l'industrie de la réparation automobile.

Dans les publications qui s'adressent aux consommateurs, on présume généralement que les pertes subies par les consommateurs dans cette industrie sont assez considérables. Par exemple, selon un communiqué du département américain des Transports, 53 p. 100 de toutes les dépenses en réparations automobiles sont faites pour des réparations "inutiles"¹. Le Consumer Reports cite un chiffre avancé par le gouvernement des États-Unis selon lequel 40 p. 100 de toutes les dépenses en réparations sont inutiles. Des affirmations semblables sont reprises par l'ensemble de la presse et ont été assez largement diffusées².

DÉPENSES DES CONSOMMATEURS CANADIENS DANS LE SECTEUR DE L'AUTOMOBILE

Pour déterminer l'importance des pertes des consommateurs dans cette industrie, il convient d'évaluer d'abord ce que sont réellement les dépenses. Pour la plupart des dépenses de consommation, un tel calcul n'aurait pas beaucoup d'utilité. Par exemple, la question hypothétique suivante: Les consommateurs dépensent-ils trop pour le cinéma?, paraîtrait oiseuse. Toutefois, dans le cas des réparations automobiles, le bon sens permet de définir les objectifs du con-

1. U.S. Department of Transportation, U.S. Department of Transportation News, 7 mai 1979.

2. Consumers Union, "How Fair Are Repair Costs?", Consumer Reports, vol. 44, n° 4, avril 1979, pp. 196-197.

sommateur dans des limites assez étroites. Les automobiles sont coûteuses et les consommateurs souhaitent les garder en bon état assez longtemps. Les réparations automobiles sont, à juste titre, considérées comme des biens intermédiaires, le transport étant l'objectif général et le bien de consommation déterminant l'appréciation de tout le reste. Il est ainsi possible de se faire une idée précise des dépenses réelles du consommateur et, en les comparant avec le coût de l'entretien préventif et des réparations prévues, de tirer certaines conclusions. En fait, on aura intérêt à considérer le montant des dépenses pour des biens intermédiaires (réparations) par unité de bien final (les services qu'offre une automobile) pour évaluer le rendement de l'industrie. Il faut cependant user de prudence dans l'interprétation de ces comparaisons, comme on le verra dans la section suivante.

Les données sur les dépenses réelles des consommateurs pour les réparations automobiles sont tirées d'enquêtes de Statistique Canada sur les dépenses des consommateurs. Pour construire un indice des prix à la consommation, il est nécessaire de choisir un ensemble très précis de biens dont on relèvera les prix à diverses périodes. Il est souhaitable que l'ensemble choisi corresponde le plus étroitement possible à ce que les consommateurs achètent réellement. Au Canada, cet ensemble est construit à partir d'enquêtes exhaustives sur les dépenses des familles. En plus de servir au calcul de l'indice des prix à la consommation, ces enquêtes donnent des renseignements sur les dépenses de consommation. La présente étude se fonde sur deux enquêtes, effectuées en 1969 et en 1974.

Une autre méthode consiste à utiliser les données sur la production de l'industrie pour évaluer les dépenses totales. Malheureusement, le niveau de regroupement, même dans le cas des industries à centaines de milliers de dollars, n'offre pas un indice de confiance suffisant pour le calcul des valeurs recherchées ici. Ainsi, le numéro 654 de la C.A.E. englobe essentiellement les stations-service. Pour évaluer les réparations automobiles sous ce numéro de la C.A.E., il faudrait soustraire les ventes d'essence du total des ventes. Le chiffre des ventes d'essence au détail est connu, mais aucune donnée ne permet de préciser quelle part des ventes d'essence est attribuable aux entreprises regroupées sous le numéro 654. C'est pour cette raison que les données sur la production de l'industrie n'ont pas été utilisées.

Statistique Canada publie certains résultats des enquêtes sur les dépenses des familles³. Ces résultats concernent presque exclusivement les dépenses par unité de dépenses et par catégorie de biens de consommation. (L'unité de dépenses est une notion particulière à Statistique Canada qui correspond au ménage.) On y trouve, par exemple, les dépenses moyennes des ménages pour les pneus, les batteries, les lubrifiants, etc. Les données sur les dépenses moyennes sont très détaillées, ce qui permet d'effectuer des regroupements qui conviennent à diverses fins. Les distinctions sont conservées ci-après pour permettre des comparaisons avec toute norme appropriée qu'il conviendrait de définir.

Les dépenses exprimées sous forme de moyennes par ménage crée cependant une difficulté. La meilleure utilisation qu'on peut faire de ces données, c'est de les transformer en dépenses par automobile. Heureusement, Statistique Canada recueille, outre les données sur les dépenses, des données supplémentaires sur les ménages répondants. Les questionnaires de l'enquête fournissent des renseignements sur le nombre d'automobiles, l'année des modèles et le nombre de milles parcourus. Ces données ont été fournies à l'auteur de cette étude à la suite d'une demande spéciale adressée à Statistique Canada. Pour les fins de l'étude, il suffit de calculer le nombre d'automobiles par ménage et le nombre de milles parcourus. En divisant les dépenses par ménage par le nombre d'automobiles par ménage, on obtient le chiffre des dépenses par ménage. (Dans la section suivante, les données sur l'année du modèle seront utilisées pour prévoir les réparations probables.) Les données sur la propriété ont le 31 décembre comme date de référence.

Les chiffres du tableau 1 représentent les dépenses par ménage, par automobile et par mille parcouru pour chacune des catégories de réparations, pour 1974. Le tableau 2 donne la répartition de l'échantillon selon l'année du modèle. L'enquête de 1974 englobait 6 630 unités de dépenses dans 14 villes canadiennes. Les données équivalentes pour 1969 sont présentées aux tableaux 3 et 4. L'enquête de 1969 se fondait sur 15 140 unités de dépenses dans les régions urbaines et rurales des 10 provinces.

3. Statistique Canada, Dépenses des familles urbaines, 1974, n° 62-544 au catalogue, Ottawa, 1977; et Dépenses des familles au Canada. Volume 1, Ensemble du Canada : régions urbaines et rurales, 1969, n° 62-535F au catalogue, Ottawa, 1973.

Tableau 1

Dépenses en réparations au Canada, selon le type de dépenses, en 1974
(en dollars canadiens de 1974)

N° de l'article	Catégorie de dépenses	Dépenses par ménage	Dépenses par automobile	Dépenses par mille
1	Huile, vidange d'huile, lubrifiants	24,80	27,34	0,0030
2	Pneus et chambres à air	36,90	40,68	0,0044
3	Batteries	4,70	5,18	0,0006
4	Réparations non couvertes par l'assurance			
4a	Réparations mécaniques	68,40	75,42	0,0082
4b	Réparations de carrosseries (y compris la peinture)	16,40	18,08	0,0020
4c	Autres réparations	19,70	21,71	0,0023
5	Pièces de rechange achetées séparément	12,80	14,11	0,0015
6	Autres services (y compris le lavage d'automobiles)	6,30	6,90	0,0007
	Total	190,00	209,98a	0,227a

Source : Statistique Canada, Dépenses des familles urbaines, 1974, tableau 21, p. 98 et données non publiées de Statistique Canada.

a L'arrondissement des chiffres risque de donner un total approximatif.

Nombre d'automobiles par unité de dépenses = 0,907
 Nombre de milles parcourus par automobile = 9 247
 Nombre de milles parcourus par ménage = 8 390

Tableau 2

Répartition des automobiles selon l'année du modèle
Enquête sur les dépenses des familles en 1974

Année du modèle	Pourcentage de toutes les automobiles de l'échantillon
1959 et années antérieures	1,22
1960	0,47
1961	0,56
1962	1,13
1963	1,73
1964	2,96
1965	4,12
1966	5,48
1967	7,11
1968	9,10
1969	10,20
1970	9,39
1971	8,44
1972	11,57
1973	12,89
1974	12,78
1975	0,79

Source : données non publiées de Statistique Canada.

Tableau 3

Dépenses en réparations au Canada, selon le type de dépenses, en 1969
(en dollars canadiens de 1969)

N° de l'article	Catégorie de dépenses	Dépenses par ménage	Dépenses par automobile	Dépenses par mille
1	Huile et vidange d'huile	20,80	24,27	0,0028
2	Pneus et chambres à air	32,40	38,80	0,0045
3	Batteries	4,20	4,90	0,0006
4	Lubrifiants	4,70	5,48	0,0006
5	Réparations non couvertes par l'assurance			
5a	Réglage et réparation des freins	9,60	11,20	0,0013
5b	Réparations de carrosserie (y compris la peinture)	9,00	10,50	0,0012
5c	Autres réparations	23,20	27,06	0,0031
6	Pièces de rechange achetées séparément	7,40	8,63	0,0010
7	Autres services (y compris le lavage d'automobiles)	19,00	22,16	0,0025
	Total	130,20	151,90a	0,0175a

Source : Statistique Canada, Dépenses des familles urbaines, 1969, tableau 60, p. 170.

a L'arrondissement des chiffres risque de donner un total approximatif.

Nombre d'automobiles par unité de dépenses = 0,87509

Nombre de milles parcourus par automobile = 8 697

Nombre de milles parcourus par ménage = 7 610

Tableau 4

Répartition des automobiles selon l'année du modèle
Enquête sur les dépenses des familles en 1969

Année du modèle	Pourcentage de toutes les automobiles de l'échantillon
1954 et années antérieures	2,43
1955	0,69
1956	1,05
1957	1,11
1958	1,48
1959	2,42
1960	3,36
1961	4,27
1962	6,82
1963	7,82
1964	10,20
1965	11,54
1966	11,54
1967	10,98
1968	11,54
1969	11,14
1970	1,58

Source : données non publiées de Statistique Canada.

Mécanicien amateur

Les mécaniciens amateurs sont un autre facteur qui complique le calcul de la valeur marchande de l'ensemble des réparations automobiles. Beaucoup d'automobilistes ne tenteront pas d'effectuer eux-mêmes des réparations, mais d'autres font une grande partie de l'entretien de leur véhicule. Les données de Statistique Canada regroupent tous les types d'automobilistes, aussi bien ceux qui effectuent les réparations eux-mêmes que les autres. Idéalement, le calcul recherché est celui des dépenses des automobilistes qui font appel aux services d'un atelier. La présence dans l'échantillon de mécaniciens amateurs fausse cette donnée à la baisse si on n'attribue pas une valeur quelconque à leur production.

Il n'y a malheureusement pas de données canadiennes sur la production amateur. Une étude américaine intitulée Panel Study on Income Dynamics⁴ peut toutefois être utile à cet égard. Dans le cadre de cette étude par échantillonnage, on a interrogé 5 000 ménages américains sur un grand nombre de sujets. Voici quelques-unes des questions posées : combien de temps avez-vous consacré à la réparation de votre automobile? combien d'argent croyez-vous avoir épargné? combien de voitures possédez-vous? Cette étude contient aussi des données sur la complexité des réparations effectuées. Lorsque le répondant ne donnait pas d'évaluation du montant épargné en réparations, le personnel du centre d'enquêtes déterminait un tarif en fonction de la complexité des réparations. Les données fournies ont permis de calculer la valeur des réparations effectuées par les propriétaires des automobiles. Malheureusement, l'étude de l'université du Michigan ne donne pas de renseignements complémentaires sur les dépenses.

Le tableau 5 indique, par automobile, en 1972, le temps consacré aux réparations et les sommes épargnées, calculés à partir des bandes d'ordinateur du Panel Study. Les distinctions régionales utilisées ont été faites pour vérifier l'hypothèse selon laquelle les propriétaires d'automobile habitant dans des régions chaudes (c.-à-d. le "sud", ou les "Sun Bell States") sont plus enclins à effectuer les

4. University of Michigan Survey Research Center, Panel Study of Income Dynamics, Ann Arbor, Survey Research Center, 1974.

réparations eux-mêmes. Bien que les différences soient assez minimes, les chiffres pour la région du "nord" sont considérés comme correspondant plus étroitement à la réalité canadienne et sont utilisés dans les calculs présentés plus loin.

Tableau 5

Valeur des réparations automobiles effectuées
par leur propriétaire

	Nord	Sud
Sommes épargnées par automobile aux États-Unis en 1972	35,70 \$	36,75 \$
Temps de travail par automobile	6,19h	6,44h

Pour ajuster les dépenses canadiennes figurant aux tableaux 1 et 3, il faut multiplier les chiffres par le taux de change canado-américain de 1972 (100,44) et trouver dans les dossiers de l'époque de Statistique Canada les indices des prix à la consommation des "réparations automobiles" pour obtenir des valeurs comparables en dollars⁵. Les résultats de ces calculs sont présentés au tableau 6.

Tableau 6

Dépenses en réparations automobiles ajustées en fonction
des réparations effectuées par leur propriétaire

Année	Dépenses par automobile	Dépenses par mille
1969 (en dollars canadiens de 1969)	181,07 \$	0,0208 \$
1974 (en dollars canadiens de 1974)	253,85	0,0274

5. Statistique Canada, Prix et indices des prix à la consommation, n° 62-010 au catalogue, Ottawa, divers numéros.

Élément de comparaison

Les dépenses évaluées ci-dessus peuvent être comparées à une norme quelconque pour évaluer le rendement de l'industrie de la réparation automobile. C'est ce qui a été tenté au moyen d'une étude technique et qui est présentée ici. On avait d'abord envisagé la possibilité d'utiliser des données sur les coûts d'exploitation des parcs d'automobiles, mais la correspondance avec les trois principaux producteurs d'automobiles du pays, plus Volkswagen, Hertz et d'autres, n'a pas permis d'obtenir des données appropriées. En outre, les différences dans l'utilisation de l'automobile par les parcs et les particuliers pourraient compliquer l'interprétation de ces données.

Les données pouvant servir à une comparaison sont contenues dans le document intitulé Cost of Owning and Operating an Automobile 1976⁶. Cette étude, qui fait partie d'une série produite par le département américain des Transports, indique les coûts estimatifs d'utilisation d'un véhicule selon le type de véhicule et la catégorie de dépenses. Parmi les catégories utilisées, il y a l'entretien, les accessoires et les pneus. Les accessoires ne sont pas compris dans la partie des données relatives aux dépenses des familles canadiennes dont il est question ci-dessus. Les pneus sont également exclus de l'enquête tout comme les chiffres globaux de l'étude technique afin de concentrer la recherche sur le type de dépenses qui intéresse le plus directement la présente analyse, c'est-à-dire l'entretien. (L'inclusion des dépenses de pneus n'aurait que peu d'effet, l'enquête sur les dépenses des familles indiquant des dépenses de 40,68 \$ par automobile tandis que l'étude américaine fait état de dépenses moyennes de 44,80 \$ pour les automobiles de taille standard, de 38,72 \$ pour les compactes et de 35 \$ pour les sous-compactes.)

Le dessein et les méthodes du département des Transports des États-Unis importent pour les interprétations qui suivent. L'étude du département des Transports est ce que les économistes appelleraient une étude technique. Elle a pour but de déterminer les exigences à remplir pour atteindre un objectif donné, dans le cas présent l'utilisation d'une automobile pendant 10 ans. Les calculs sont fondés

6. U.S. Department of Transportation, Federal Highway Administration, Costs of Owning and Operating an Automobile, 1976, Washington, D.,C., Government Printing Office, 1978.

non sur les statistiques d'enquêtes sur l'expérience réelle, mais plutôt sur les exigences techniques établies d'après ce qui est connu du processus de production étudié. Des hypothèses plausibles sont formulées sur des facteurs de coût comme le financement, le prix d'achat, les primes d'assurance, etc., de façon à établir des dépenses estimatives dans ces catégories. Pour les réparations, des hypothèses semblables sont faites. Les méthodes utilisées sont décrites de façon assez détaillée dans le rapport.

Réparations et entretien -- Les coûts indiqués dans le présent rapport ne sont pas tirés des dossiers de véhicules particuliers, et les chiffres sur les taux d'utilisation et de consommation d'essence ou sur tout autre facteur ne sont pas présentés à titre de "moyennes". Néanmoins, les facteurs de coût des véhicules et de leur exploitation sont considérés comme représentatifs des automobiles de même taille dans la région de l'étude. Les facteurs utilisés ont été choisis en fonction des statistiques accessibles, de discussions avec des employés de l'industrie de l'automobile et avec l'aide de directeurs de service d'entretien et de réparation d'importants concessionnaires.

Pour évaluer les coûts d'exploitation d'une automobile, il a été nécessaire de formuler une série d'hypothèses concernant le remplacement des pneus et de la batterie, l'alignement des roues, le remplacement des ampoules électriques, des courroies de ventilateur, des garnitures et pièces de frein, les graissages ainsi que d'autres travaux de réparation et d'entretien. La nécessité d'effectuer des réparations a été établie à partir de données recueillies au cours d'entrevues avec des employés de services d'entretien et d'après les connaissances des auteurs. Ces données s'appliquent, par exemple, à la réparation du démarreur, à la révision du carburateur, au remplacement de la pompe à essence, des durites du radiateur, du silencieux, du tuyau d'échappement et des amortisseurs ainsi qu'à une série d'autres réparations que doivent considérer comme assez longues les propriétaires d'automobile. Plusieurs de ces réparations et de ces remplacements doivent être

faits plus d'une fois au cours de la durée de vie d'une automobile. Les coûts de toute réparation et de tout remplacement prévus par une garantie n'ont pas été inclus.

Les particularités mécaniques des véhicules de la présente étude sont semblables à celles de l'étude antérieure, de sorte que la variation des prix résulte principalement de l'augmentation du prix des pièces et de la main-d'oeuvre. Les frais de réparation et d'entretien tiennent compte d'une augmentation sur deux ans des prix des pièces par rapport aux données utilisées dans l'étude de 1974. Dans la présente étude, les coûts de toutes les réparations sont fondés sur les prix de 1976. Le tarif de 13,50 \$ l'heure ou plus pour la main-d'oeuvre n'est pas rare et il est un des principaux facteurs du coût de 3,7¢ le mille pour les réparations et l'entretien d'une automobile de taille normale. La relative simplicité de la mécanique des compactes et des sous-compactes permet de réaliser certaines économies à ceux qui font eux-mêmes l'entretien et les petites réparations. Le remplacement des bougies, des lames caoutchoutées d'essuie-glaces, de la courroie du ventilateur, des durites du radiateur, etc., est simple sur beaucoup de voitures de toutes tailles, et il est donc réellement possible de réaliser des économies. Lorsque ce sont des mécaniciens qualifiés qui font ce genre de travail, les propriétaires doivent payer des tarifs de spécialiste. Bien que le nombre de mécaniciens "amateurs" augmentent, l'expérience des ateliers de réparation montre que de façon générale le public n'est pas disposé à assumer une telle responsabilité⁷.

L'étude du département des Transports présente les données relatives à trois types d'automobile : les standard, les compactes et les sous-compactes. La standard est la berline ou limousine à quatre portes que produisent les "trois grands". On suppose que les compactes et les sous-compactes sont de fabrication américaine. Les évaluations relatives au millage annuel sont, contrairement à ce que nous disions plus haut, fondées sur des relevés d'odomètres.

7. Ibid., p. 6.

Les frais non ajustés pour les réparations et l'entretien sont présentés au tableau 7.

Tableau 7

Principales constatations de l'étude du département
américain des Transports pour les frais d'entretien
et de réparations
(en dollars américains de 1976)

Année (milles parcourus)	Type d'automobile		
	Standard	Compacte	Sous-compacte
	Coût annuel (coût au mille)	Coût annuel (coût au mille)	Coût annuel (coût au mille)
1 ^{re}	157,05	139,33	126,12
(14 500)	(0,0108)	(0,0096)	(0,0087)
2 ^e	199,95	234,68	190,82
(13 000)	(0,0154)	(0,0181)	(0,0147)
3 ^e	414,67	296,88	167,63
(11 500)	(0,0361)	(0,0258)	(0,0146)
4 ^e	548,03	386,04	436,97
(10 000)	(0,0548)	(0,0386)	(0,0437)
5 ^e	406,52	397,98	370,54
(9 900)	(0,0411)	(0,0902)	(0,0374)
6 ^e	471,46	405,32	407,86
(9 900)	(0,0476)	(0,0410)	(0,0412)
7 ^e	704,82	618,16	403,33
(9 500)	(0,0742)	(0,0651)	(0,0425)
8 ^e	280,80	293,95	378,46
(8 500)	(0,0330)	(0,0346)	(0,0445)
9 ^e	431,20	132,41	124,50
(7 500)	(0,0575)	(0,0177)	(0,0166)
10 ^e	49,63	56,25	53,74
(5 700)	(0,0087)	(0,0099)	(0,0094)
Moyenne des 10 ans (coût au mille)	366,41	296,10	265,99
100 000 milles	(0,0366)	(0,0296)	(0,0266)

Pour obtenir des comparaisons utiles, on a dû faire certains ajustements. En premier lieu, les résultats de l'enquête sur les dépenses des familles au Canada ont été ajustés en soustrayant les dépenses pour les pneus et les chambres à air et en transposant les chiffres de 1969 en dollars canadiens de 1974. Ces résultats sont présentés au tableau 8. L'indice des prix utilisé pour les ajustements de tous les cas présentés ci-après est la composante des "réparations automobiles" de l'indice des prix à la consommation⁸.

Tableau 8

Valeurs ajustées des dépenses réelles pour les réparations
et l'entretien des automobiles au Canada
(en dollars canadiens de 1974)

Enquête	Dépenses par automobile	Dépenses au mille
1969	213,51	0,0245
1974	213,17	0,0230

L'étude du département des Transports calcule les coûts en fonction d'une durée de vie hypothétique de l'automobile de 10 ans. Dans le calcul des dépenses moyennes des 10 années, chaque année a une importance égale. Ces moyennes ne peuvent être utilisées pour établir une comparaison avec les données réelles étant donné que l'échantillon de l'enquête sur les dépenses des familles ne se compose pas d'un nombre égal de voitures de chaque année. Pour pouvoir effectuer une comparaison, nous avons calculé les moyennes pondérées des valeurs du tableau 7 pour chaque catégorie et pour chaque année de l'enquête. Les dépenses "nécessaires" moyennes ont été calculées comme suit :

8. Statistique Canada, Prix à la consommation, divers numéros.

$$W_{jk} = \sum_{i=1}^{10} d_{ik} C_{ij}$$

où W = moyenne pondérée de l'enquête k pour la catégorie j;

d_{ik} = fraction de l'échantillon de la k^e enquête à i années d'utilisation au moment de l'enquête (chiffres tirés de données non publiées de l'enquête sur les dépenses des familles);

C_{ij} = coût d'entretien des automobiles de la catégorie j ayant i années d'utilisation (chiffres tirés de l'étude du département des Transports; voir analyse ci-dessous).

Les moyennes pondérées converties en dollars canadiens de 1974 sont présentées au tableau 9.

Tableau 9

Coût moyen pondéré des réparations
(en dollars canadiens de 1974)^a

	<u>Moyennes de 1969</u>		<u>Moyennes de 1974</u>	
	Coût annuel	Coût au mille	Coût annuel	Coût au mille
1. Standard	254	0,0259	251	0,0231
2. Compacte	213	0,0212	207	0,0209
3. Sous-compacte	192	0,0193	184	0,0186
4. Moyenne pondérée (voir texte)	234	0,0238	230	0,0219

^a Ajustement à partir des dollars américains selon le taux de change; conversion à 1974 selon la composante des réparations automobiles de l'indice canadien des prix à la consommation, Statistique Canada, Prix à la consommation, divers numéros.

La ligne 4 du tableau 9 est la moyenne pondérée des trois catégories d'automobile. Les facteurs de pondération utilisés sont fonction de la représentation de chaque catégorie dans le parc canadien. Comme l'enquête sur les dépenses des familles ne comportait pas de répartition selon la catégorie de taille, les facteurs de pondération ont été tirés du Canadian Automobile Driver Survey⁹. (Cette enquête utilise une catégorie "intermédiaire" en plus des trois catégories utilisées ici. Les facteurs de pondération sont calculés en attribuant la moitié du facteur des intermédiaires aux automobiles de taille standard et l'autre moitié aux compactes. La proportion d'automobiles des trois types : standard, compactes et sous-compactes, ainsi obtenue correspond presque exactement à celle du Canadian Automobile Driver Survey pour les automobiles de huit, six et quatre cylindres respectivement.) Les facteurs utilisés sont 0,59, 0,33 et 0,08 pour les standard, compactes et sous-compactes respectivement. Les moyennes pondérées finales (ligne 4) de l'étude du département des Transports américain sont les données qu'il convient d'utiliser pour établir une comparaison avec les résultats de l'enquête sur les dépenses des familles figurant au tableau 8.

La particularité la plus frappante de ces deux séries de chiffres est leur similitude. Les dépenses annuelles des Canadiens sont, en réalité, un peu inférieures aux coûts annuels obtenus par l'étude américaine. Cette dernière présente des millages annuels un peu supérieurs à ceux qui ont été calculés à partir de l'enquête sur les dépenses des familles. Si l'on utilise le coût au mille, les dépenses des Canadiens sont supérieures à celles que pourrait prévoir l'étude du département des Transports. En termes de coûts au mille et une fois effectués tous les rajustements nécessaires, les dépenses des Canadiens dépassent celles des américains d'environ trois pour cent pour 1969 et d'environ cinq pour cent pour 1974.

Il y a lieu de faire plus de réserves qu'on n'en ferait normalement pour l'interprétation de ces données. Ces réserves sont formulées en détail plus bas. À souligner toutefois que les résultats obtenus sont très éloignés des chiffres de 40 à 50 p. 100 que l'on cite communément en parlant des dépenses en réparations inutiles.

9. Environmental Control Consultants Limited, Canadian Automobile Driver Survey, étude effectuée pour le ministère de l'Environnement, Ottawa, Information Canada, 1973.

Comme c'est toujours le cas dans les études empiriques, les problèmes de fiabilité des données et d'erreur de mesure doivent être signalés. La présente étude se fonde sur deux enquêtes différentes, l'enquête sur les dépenses des familles (pour 1969 et 1974) et l'étude intitulée Panel Study on Income Dynamics de l'université du Michigan. Dans des enquêtes de ce genre, on peut mettre en doute la représentativité de l'échantillon et la précision des données signalées. Dans l'enquête sur les dépenses des familles, l'aptitude des répondants à se rappeler les dépenses qu'ils ont faites revêt une importance particulière. Statistique Canada et les organismes comparables d'autres pays ont mis au point des méthodes destinées à minimiser les inexactitudes attribuables à la mémoire. On emploie donc des techniques telles que la contre-vérification, la reprise d'entrevues et l'utilisation de relevés pour certaines dépenses. Les dépenses de réparations d'automobile, souvent importantes, peu fréquentes et consignées sur reçus, sont probablement assez fidèlement représentées dans les résultats de l'enquête.

Une difficulté fondamentale se pose dans l'interprétation des données sur les dépenses. En général, les dépenses ne sont pas considérées comme un substitut utile des prix, étant donné que la quantité achetée diminue à mesure que les prix augmentent, les autres facteurs étant constants. Ce n'est pas le problème qui nous préoccupe ici, étant donné que le "bien-fondé" des décisions quantitatives est la question centrale, mais cette question y est apparentée. Il y a une possibilité au moins théorique que les dépenses puissent être faibles non parce que l'industrie fonctionne bien, mais parce qu'elle fonctionne mal, c'est-à-dire que, en raison de diverses estimations maladroites, le prix réel des réparations peut être assez élevé. Si c'était le cas, les dépenses pourraient être inférieures à ce qu'elles seraient en l'absence même de pratiques trompeuses. Un tel résultat supposerait, bien sûr, une élasticité de la demande, pour ce qui est du prix réel, qui soit supérieure à un.

On peut également se demander si l'objectif des automobilistes canadiens ne diffère pas de l'objectif de vie de 10 ans qui a été considéré comme celui des consommateurs dans l'étude américaine. Si, par exemple, les Canadiens prévoient une durée de leur véhicule de cinq ans seulement, les dépenses d'entretien seraient inférieures à celles qu'indiquerait l'étude américaine. Dans ce cas, si on constatait que les dépenses des Canadiens étaient suffisantes pour faire espérer une durée de vie de 10 ans, cela signifierait que les Canadiens dépensent trop pour faire réparer leurs automobiles.

La portée empirique de ces deux facteurs pourrait en partie être évaluée si la durée probable des véhicules particuliers au Canada était connue. La mesure exacte de la durée moyenne d'un véhicule est une affaire assez complexe qui dépasse le cadre de cette étude. Cependant, des évaluations approximatives peuvent être faites à partir des données sur les ventes et l'immatriculation. Pour la période de 10 ans se terminant en décembre 1977, la moyenne des ventes annuelles des véhicules particuliers au Canada était de 839 475¹⁰. Les ventes ont augmenté régulièrement au cours de cette période pour atteindre 991 398 en 1977¹¹. En 1977, il y avait 9 554 000 véhicules particuliers immatriculés¹². Ces chiffres permettent de supposer une durée moyenne des véhicules d'un peu plus de 10 ans. La durée prévue de 10 ans de l'étude américaine semblerait donc une base de comparaison utile. (Signalons que la répartition par année des tableaux 2 et 4 ne peut servir à déterminer la durée probable. Avec une durée probable de 10 ans à taux constant, la médiane de l'âge des automobiles serait de cinq ans. Avec l'augmentation des ventes, cette médiane serait un peu inférieure.)

Une dernière difficulté réside dans le prix des réparations. L'étude américaine utilisait un tarif horaire prépondérant comme base de calcul. Si le tarif horaire est "inexact" du point de vue social, les résultats de l'étude américaine en sont faussés. Le prix pourrait être supérieur au prix concurrentiel si, par exemple, il y avait collusion ou d'autres causes de pouvoir monopolistique. Il convient toutefois de signaler que le problème du monopole n'est pas une conséquence directe ou naturelle des problèmes d'information que connaît cette industrie.

ÉTUDES EXPÉRIMENTALES SUR L'INDUSTRIE DE L'AUTOMOBILE

Les résultats de la section précédente contredisent tout à fait ceux des études expérimentales américaines antérieures. Nous passons brièvement en revue ces études afin d'expliquer pourquoi les deux types d'études ont des

10. Statistique Canada, Ventes de véhicules automobiles neufs, n° 63-208 au catalogue, Ottawa, diverses années.

11. Ibid.

12. Statistique Canada, Véhicules automobiles - Immatriculations, 1977, n° 53-219 au catalogue, Ottawa, avril 1979.

résultats différents. Bien que nous tentions ici de montrer la supériorité de la méthode utilisée ici, il n'est pas absolument nécessaire de le faire pour justifier les résultats présentés ci-dessus. Les différences pourraient s'expliquer par la dissimilitude des contextes institutionnels des deux pays.

Une étude commandée par le département des Transports des États-Unis donne une idée juste du type d'expérience le plus courant¹³. Pour cette étude, on avait délibérément provoqué des ennuis mécaniques dans des véhicules qu'on avait ensuite confiés à des ateliers de réparation pour les faire réparer. Ailleurs, on demandait l'inspection d'un véhicule qui n'avait aucun ennui nécessitant une réparation immédiate. L'une des entrées en matière utilisées par les conducteurs était la suivante: "Je viens d'acheter cette voiture et je ne suis pas certain que les freins soient en bon état. Je voudrais que vous y jetiez un coup d'oeil et que vous fassiez le nécessaire". Dans une enquête menée dans sept villes des États-Unis, les expérimentateurs ont conclu que 53 p. 100 de toutes les dépenses de réparation étaient inutiles.

Le premier et principal problème que pose cette méthode expérimentale est l'interprétation des résultats. Dans le cas d'un problème mécanique causé volontairement et connu, la solution à apporter est évidente pour celui qui est au courant de la situation. Toutefois, la détermination d'un problème de moteur est rarement facile et les problèmes provoqués (par exemple une bougie court-circuitée) sont souvent des problèmes qui ne surviennent pas seuls. De plus, la défaillance d'une pièce peut être un bon indice de l'usure d'autres pièces. C'est pour cette raison que les mécaniciens répugnent généralement à faire des diagnostics. Ils peuvent perdre beaucoup de temps à découvrir le problème qui cause un ennui mécanique à un moment donné pour avoir, peu de temps après, à subir le mécontentement du client parce qu'une pièce connexe aura fait défaut. Par exemple, la pratique courante du remplacement des vis platinées, des bougies, du rotor et du condensateur peut très bien être tout à fait indiquée étant donné la probabilité de l'usure simultanée de ces pièces et l'inconvénient de visites répétées à

13. Johnson Center for Environmental and Energy Studies, université de l'Alabama à Huntsville, "Draft Report: Survey of Automobile Repair Practices", document préparé pour l'Office of the Secretary of Transportation, contrat n° DOT-05-90004, Huntsville, mimeographié, 1977.

l'atelier de réparation. Ainsi, la réparation techniquement optimale nécessitée par un problème provoqué peut très bien différer de la réparation économiquement optimale dans un cas réel.

Une deuxième faiblesse de l'expérience est qu'elle ne tient pas compte des rapports qu'il y a normalement entre l'atelier et le client. S'il est connu que les ateliers exagèrent systématiquement les réparations à faire, les consommateurs peuvent ne pas tenir compte des conseils du mécanicien et demander l'exécution d'une partie seulement des réparations recommandées. Dans la mesure où cette tactique est utilisée, les résultats de l'expérience peuvent exagérer l'importance de la distorsion. De même, beaucoup de consommateurs n'accepteront pas un diagnostic qui exagère les réparations à faire. Dans les expériences menées, les mécaniciens malhonnêtes sont répartis en fonction de leur nombre et non de leur part de revenu. Dans la mesure où les consommateurs n'acceptent pas de mauvais conseils ou se fient à une réputation pour éviter les mécaniciens sans scrupule, l'expérience surévaluera les pertes imputables aux pratiques déloyales. (Il est intéressant d'observer, à propos de l'expérience du département des Transports, que, dans un communiqué accompagnant la présentation des résultats, on parlait seulement des cinq réparations les plus coûteuses de la catégorie des mises au point, ce qui donnait l'impression que le problème était beaucoup plus considérable qu'il ne l'était en réalité.)

Une autre lacune de ces expériences est qu'elles ne rendent pas compte de la relation à long terme des consommateurs avec un atelier de réparation. Certains consommateurs peuvent décider de faire principalement affaire avec une station-service donnée pour l'achat d'essence et y retourner ensuite pour les réparations. (Ce type d'adaptation au marché est étudié assez en détail au chapitre IV.) Si cette approche ou une autre semblable est utilisée avec succès par le consommateur, la technique expérimentale utilisée tendra encore une fois à surévaluer les pertes du consommateur représentatif. Tout au plus les expériences seront-elles alors indicatives de ce qui pourrait se produire lorsqu'un consommateur non renseigné choisit un atelier de réparation au hasard et accepte sans poser de questions les recommandations qui lui sont faites.

La Computer Sciences Corporation a effectué, pour le département des Transports des États-Unis, une étude expérimentale se fondant sur une méthode différente de celle dont

nous venons de parler; elle s'intitule Motor Vehicle Diagnostic Inspection Demonstration¹⁴. Cette étude de \$17 millions comportait la construction, l'exploitation et l'évaluation de centres de diagnostic en Alabama, en Arizona, à Porto Rico, au Tennessee et à Washington (D.C.). On a créé ces centres pour contrôler les effets qu'ils produisent sur la sécurité, l'économie de carburant, la pollution et le coût des réparations.

L'expérience principale consistait à amener des voitures aux centres de diagnostic pour une vérification complète. (Les moyens utilisés pour inciter les propriétaires de voiture à participer à l'expérience ne sont pas précisés dans le rapport.) Une fois la vérification terminée, certains propriétaires recevaient des renseignements détaillés sur tous les problèmes mécaniques de leur automobile. Aux autres propriétaires, on disait seulement que le résultat de la vérification était positif ou négatif. Ce deuxième groupe servait de groupe témoin.

Étant donné l'objet de la présente étude, le résultat qui nous intéresse est que le groupe expérimental a dépensé beaucoup plus pour les réparations que le groupe témoin. L'étude tente de démontrer que les dépenses additionnelles étaient efficaces en termes de coût, mais les données du rapport ne confirment pas cette hypothèse. De plus, certains avantages intéressent des personnes autres que le propriétaire. Par conséquent, les améliorations imputables aux diagnostics peuvent traduire une défaillance de marchés autres que celui de la réparation des automobiles. Par exemple, un mauvais entretien du système antipollution peut traduire une préférence du consommateur.

Bien que les consommateurs du groupe expérimental aient enregistré des dépenses globales supérieures à celles du groupe témoin, on constate que le groupe expérimental a dépensé moins pour les réparations des systèmes auxiliaires (par exemple les freins, la suspension et le système antipollution). Ce résultat est possible si le groupe expérimental a tenté de régler un plus grand nombre de problèmes mais dépensé moins pour chaque système auxiliaire. Toutefois, même lorsqu'on analyse les dépenses par système auxiliaire, les épargnes réalisées par le groupe expérimental sont inférieures à l'erreur probable de mesure de l'étude.

14. J.L. Duda et al., Program Evaluation Support for the Motor Vehicle Diagnostic Inspection Demonstration, Falls Church, Va., Computer Sciences Corporation, 1977.

Nous pouvons tirer de tout cela deux conclusions importantes. Premièrement, même si le fait que la société tire des avantages nets du diagnostic laisse supposer une performance imparfaite de l'industrie de la réparation automobile, rien, dans cette étude, ne confirme qu'un trop grand nombre de réparations soient faites. Au contraire, les résultats suggèrent plutôt que les consommateurs seraient avantagés par un nombre plus grand de réparations. Deuxièmement, l'étude est incapable de prouver de façon concluante que le diagnostic peut procurer un avantage net au propriétaire d'automobile considéré individuellement. L'excédent des avantages sur les coûts est minime et ces avantages ont une dimension sociale qui empêche le propriétaire du véhicule d'en profiter complètement.

Dans le cadre de sa participation à l'étude intitulée Motor Vehicle Diagnostic Inspection Demonstration, l'équipe de recherches de l'université de l'Alabama a effectué des vérifications complémentaires sur les véhicules réparés¹⁵. Une fois les réparations terminées, les reçus conservés par les consommateurs ont été étudiés. Chaque réparation a été classée dans la catégorie des réparations nécessaires, facultatives ou inutiles par deux personnes, un chef d'atelier expérimenté et un spécialiste des pièces. L'équipe de recherches a conclu de ces vérifications que 24 p. 100 des réparations étaient inutiles. Les réparations non nécessaires représentaient 24 p. 100 de toutes les dépenses du groupe choisi¹⁶. Cependant, l'équipe faisait par ailleurs le commentaire suivant :

Il convient de signaler qu'une réparation non nécessaire ne signifie pas obligatoirement que l'automobiliste s'est fait escroquer, mais que la réparation effectuée n'avait pas été recommandée lors de la vérification.

15. Johnson Center for Environmental and Energy Studies, "Draft Report".

16. Johnson Center for Environmental and Energy Studies, université de l'Alabama à Huntsville, "An Evaluation of Component Repair Costs for Auto Check Participants", document préparé pour le United States Department of Transportation, National Highway Traffic Safety Administration, contrat n° DOT-HS-5-01056, Huntsville, mimeographié, 1977, p. 4.

Ainsi, une réparation non nécessaire pouvait être comprise dans un "forfait" offert par l'atelier, avoir été exigée par l'automobiliste à titre de mesure d'entretien préventif ou encore avoir été effectuée pour satisfaire aux normes de l'inspection effectuée après les réparations. Par conséquent, l'atelier peut avoir tendance à effectuer "trop de réparations", non seulement pour pouvoir passer avec succès la contre-vérification, mais également pour s'assurer que le consommateur n'aurait pas à revenir dans les mois suivants pour des réparations supplémentaires¹⁷.

CONCLUSIONS

Les données de l'enquête sur les dépenses réelles des Canadiens indiquent que les consommateurs dépensent environ 213 \$ par année ou 2,30 à 2,45¢ le mille (en dollars de 1974) pour l'entretien préventif et la réparation de leurs automobiles. Le montant de ces dépenses est très proche de celui que prévoit une étude du département des Transports américain¹⁸. Bien que l'interprétation de ces données suscite un certain nombre de réserves, on peut légitimement conclure qu'elles ne vont pas dans le sens des résultats expérimentaux selon lesquels 40 à 50 p. 100 des dépenses en réparations automobiles sont inutiles. De plus, la méthode expérimentale utilisée dans des études antérieures a été analysée et jugée insatisfaisante. Ces enquêtes contiennent des erreurs d'interprétation des résultats, des généralisations injustifiées pour l'ensemble des réparations et de piètres approximations du comportement du consommateur.

Aucune conclusion ne devrait être tirée des faits présentés ici quant à "l'honnêteté" ou à la "malhonnêteté" des travailleurs du secteur de l'entretien des automobiles. Il est raisonnable de supposer, à défaut de preuve du contraire, que les mécaniciens ne sont, dans l'ensemble, ni plus ni moins honnêtes que d'autres personnes. Les résultats présentés permettent seulement de conclure que le système récompense-punition, dont le rôle est implicite sur le

17. Ibid., p. 12.

18. U.S. Department of Transportation, Cost of Owning.

marché et dans les lois qui le régissent, peut contribuer plus qu'on ne le prévoyait à inciter les producteurs à avoir un comportement socialement efficace. Ces résultats ne signifient pas qu'il faut conseiller aux consommateurs de faire preuve de moins de vigilance en la matière. Le problème de l'information et les possibilités de fraude sont réels. En fait, les stratégies utilisées par les consommateurs pour éviter d'être trompés peuvent constituer un facteur important de réduction des pertes. Un relâchement de cette vigilance pourrait entraîner des pertes importantes. On ajoutera, dans le même esprit, que rien dans la présente étude ne contredit les conclusions d'enquêtes selon lesquelles les consommateurs trouvent difficile d'effectuer des recherches comparatives en matière de réparations automobiles. Dans cette industrie, les coûts de recherche peuvent être assez élevés comparativement à la valeur des transactions. Les résultats présentés ici indiquent que les recherches effectuées par les consommateurs sont productives, non qu'elles sont faibles ou qu'elles devraient être réduites.

Chapitre IV

INSTITUTIONS DE L'INDUSTRIE DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE

INTRODUCTION

Devant les problèmes d'information qui existent dans cette industrie, de nombreux gouvernements ont adopté des lois ou des règlements portant directement sur la réparation des automobiles. Les lois sur les pratiques commerciales concernent évidemment, elles aussi, cette industrie. En outre, certaines réactions de concurrence aux problèmes d'information peuvent avoir pour effet de minimiser ce type de problèmes.

LOIS SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES

Outre l'attestation officielle de la qualification professionnelle des mécaniciens, qui limite l'entrée dans ce secteur industriel, un certain nombre de mesures prises par les gouvernements provinciaux régissent, en principe, l'exploitation quotidienne d'un atelier de réparation. Nous décrivons ici ces lois et leurs effets en termes très généraux. (Les lois sont présentées en détail à l'annexe A.) Les principales dispositions des lois sur les pratiques commerciales sont assez uniformes d'une province à l'autre. Toutefois, une loi récemment adoptée au Québec se distingue de celles des autres provinces et impose des contraintes additionnelles. Cette nouvelle loi est analysée séparément à la fin de la présente section.

Pratiques interdites

Les lois sur les pratiques commerciales interdisent habituellement une grande diversité de pratiques malhonnêtes, dont certaines intéressent particulièrement l'industrie que nous étudions. Ces interdictions sont les suivantes :

1. Il est interdit dans toutes les provinces de présenter des pièces usées, remises en état ou refaites comme étant neuves. Bien que les dispositions varient d'une province à l'autre sur ce qu'il faut entendre exactement par "présenter", les définitions sont suffisamment larges pour que le fait de ne pas préciser que des pièces déjà utilisées ont été installées peut être considéré comme une pratique malhonnête.

2. Il est interdit de réclamer le paiement de réparations qui n'ont pas été faites : dans toutes les provinces, cette pratique est jugée malhonnête, comme le commanderait le simple bon sens. Si elles étaient applicables, ces dispositions élimineraient les fraudes dont il est question au chapitre II.

3. Il est interdit de recommander des réparations non nécessaires. Dans toutes les provinces, un mécanicien n'a pas le droit de présenter des réparations comme nécessaires quand elles ne le sont pas. Cette disposition vise la question de la surestimation des réparations à effectuer dont nous avons parlé précédemment. Il faut néanmoins signaler ici que la difficulté de définir ce qu'il faut entendre par "nécessaires" limite certainement la portée pratique de cette disposition.

4. Il est interdit d'exiger un montant qui dépasse celui de l'évaluation. Dans trois provinces, l'Alberta, Terre-Neuve et la Colombie-Britannique, il est illégal d'exiger un montant supérieur à celui de l'évaluation présentée au consommateur. Ces provinces n'exigent pas la présentation d'une évaluation; elles prévoient seulement que lorsqu'il y en a une, elle doit être respectée. Cela crée une situation où les consommateurs peuvent obtenir des évaluations obligatoires. Ces dispositions peuvent, comme telles, être interprétées comme une simple extension du droit de contracter, c'est-à-dire qu'un contrat de réparation à un prix déterminé est explicitement considéré comme exécutoire. De plus, la loi du Québec stipule que les ateliers doivent fournir des évaluations et considère ces dernières comme obligatoires.

À première vue, il semble que les pratiques frauduleuses analysées en détail au chapitre II soient toutes interdites par lois provinciales. Toutefois, les mêmes difficultés qui rendent possibles la fraude et la surévaluation rendent difficile l'application de ces lois. Ici encore, le consommateur peut ne jamais se rendre compte qu'on l'a trompé ou, s'il en est conscient, peut trouver difficile de prouver qu'il y a eu pratique trompeuse. Pour reprendre un exemple, dans le cas d'un réglage, il ne sera habituellement pas possible de déterminer le degré de dérèglement avant les travaux. Ainsi, bien que les pratiques frauduleuses soient théoriquement interdites, l'utilité des lois les interdisant est douteuse. Il convient également de souligner que les lois en vigueur (sauf au Québec) n'interdisent pas d'effectuer des réparations qui, encore que nécessaires, n'ont pas été approuvées par le client. Nous analysons ce phénomène dans la section traitant des lois sur la divulgation de renseignements.

Application de la loi et recours

La loi sur les pratiques commerciales appartient à une catégorie de mesures dont on dit parfois que leur application est laissée à l'initiative des citoyens ou des consommateurs. Ces mesures donnent à l'individu le droit privé d'entamer une action pour toucher un dédommagement, ou bien pour faire annuler ou exécuter un contrat. L'avantage de cette approche, c'est qu'un grand nombre de personnes sont habilitées à faire respecter la loi. L'inconvénient en est que les citoyens peuvent n'être pas en mesure de déceler un acte illégal et, par conséquent, avoir peu de moyens pour faire respecter la loi. De plus, la volonté d'un particulier de faire respecter la loi dépendra beaucoup de l'importance des pertes, des dommages-intérêts octroyés et du coût des démarches à entreprendre.

Dans le cas des réparations automobiles, il y a plusieurs raisons pour lesquelles l'application de la loi laissée à l'initiative des particuliers risque d'être insuffisante. Dans la plupart des cas, les sentences dans les cas de pratiques commerciales malhonnêtes tendent à être limitées à des dommages-intérêts spécifiques ou à certaines obligations précises (par exemple, une partie est tenue de mettre à exécution les clauses du contrat). La loi prévoit des indemnités exemplaires dans certains cas, mais de telles sentences semblent être rares. Étant donné la probabilité que les sommes obtenues par les personnes victimes de pratiques malhonnêtes soient minimales, souvent inférieures à la valeur du temps consacré aux démarches, la plupart des fraudes, même clairement démontrées, ne provoquent pas de poursuites judiciaires.

La faible probabilité de détection d'une fraude et de poursuite si la fraude est découverte, la difficulté de faire la preuve et la clémence des tribunaux laissent supposer que la loi sur les pratiques commerciales ne constitue pas une forte incitation à l'honnêteté dans cette industrie. Dans bien des cas, la découverte de la fraude aura seulement pour conséquence la perte des revenus procurés par une pratique malhonnête. Les problèmes engendrés par le fait de laisser l'application de la loi à l'initiative des citoyens ont favorisé l'adoption de mesures plus vigoureuses au Québec et dans certains États américains.

Québec

La loi spéciale relative à la réparation des automobiles et des motocyclettes est entrée en vigueur pendant que s'achevait la présente étude. Cette loi contient un certain

nombre de dispositions inédites au Canada et méritent une attention particulière. La nouvelle législation englobe diverses lois sur la divulgation au client de renseignements. En vertu des nouvelles dispositions adoptées, l'atelier de réparation est tenu de fournir une évaluation écrite avant que les réparations soient effectuées. L'atelier ne peut exiger de frais pour cette évaluation à moins que le client n'en soit informé au préalable. De plus, l'évaluation doit inclure le coût de remontage si les réparations ne sont pas faites, y compris le coût des pièces qui pourraient être détruites au cours du démontage, par exemple les joints de culasse, les joints d'étanchéité, etc. Avant que les réparations ne soient effectuées, le client doit accepter l'évaluation qui devient alors obligatoire pour l'atelier. Si des réparations additionnelles s'avèrent nécessaires, l'autorisation du client doit être obtenue. Cette autorisation peut être demandée par téléphone, mais l'atelier doit noter qui donne l'autorisation, l'heure de la communication et le numéro de téléphone où la personne a été rejointe. Une fois la réparation terminée, l'atelier doit remettre au client un relevé écrit détaillé des réparations, des coûts, de la garantie et des autres particularités de la transaction. De plus, si le client exige que les pièces remplacées soient conservées, celles-ci doivent lui être remises. Par ailleurs, l'exigence relative à la divulgation complète des renseignements pourra tomber si le consommateur rédige et signe une renonciation. De plus, l'atelier doit, au moyen d'une affiche placée suffisamment en évidence dans ses locaux, informer le consommateur de son droit d'obtenir une évaluation.

QUALIFICATION PROFESSIONNELLE OBLIGATOIRE

Sans doute l'ensemble de règlements le plus important touchant la réparation des automobiles est-il celui qui institue un régime de certificats obligatoires de qualification pour les mécaniciens. Tous les territoires et provinces ont un régime quelconque d'autorisation à réparer des automobiles et l'obtention d'un permis est obligatoire partout au Canada sauf au Manitoba, en Colombie-Britannique et dans les Territoires du Nord-Ouest¹. Dans un régime où l'autorisation est obligatoire, toute personne qui effectue contre rémunération des réparations sur un véhicule automobile doit détenir une attestation de sa compétence ou suivre

1. Frank Ellis, Le tableau d'Ellis des programmes de formation des apprentis, Ottawa, ministère de la Main-d'oeuvre et de l'Immigration, 1976.

un programme de formation en qualité d'apprenti. La définition de la réparation automobile est précisée dans les divers règlements. Dans la plupart des cas, une formation en réparations automobiles dans une école ou un établissement équivalent est nécessaire. La plupart des provinces exigent également un diplôme de 10^{ème} année avant l'inscription à un programme de préparation à l'apprentissage².

Les conditions d'obtention d'un certificat d'aptitude professionnelle font partie des règlements provinciaux et diffèrent d'une province à l'autre. Les règlements sont adoptés en vertu des pouvoirs conférés par des lois précises. Par exemple, le pouvoir de réglementation professionnelle en Ontario est conféré par l'Apprenticeship and Tradesmen's Qualification Act. Comme il est dit en annexe A, d'autres provinces ont autorisé l'adoption de tels règlements dans le cadre de lois portant précisément sur l'industrie de la réparation automobile. (La plupart des règlements provinciaux ne sont pas répertoriés. L'examen détaillé de tous les règlements provinciaux serait donc une entreprise coûteuse.) Heureusement, un relevé assez complet des exigences de la qualification professionnelle est fourni par le document intitulé Le tableau d'Ellis des programmes de formation des apprentis³, sur lequel se fondent les considérations suivantes.

La principale classe de qualification professionnelle dans le domaine de la réparation automobile est celle de mécanicien de véhicules automobiles. Certaines provinces prévoient également la spécialisation dans certaines parties de l'automobile. Un apprenti cherchera d'abord à être embauché dans une entreprise recrutant des mécaniciens dûment qualifiés. La période d'apprentissage est de quatre ans dans toutes les provinces, sauf en Ontario où elle est de cinq périodes de 1 800 heures de travail. La durée de l'apprentissage peut dans certains cas être réduite si l'apprenti suit des cours additionnels, en plus de la formation scolaire supplémentaire que toutes les provinces, sauf le Québec, l'obligent à recevoir dans des collèges régionaux ou des établissements équivalents. En Ontario, cette formation est de huit semaines chaque année pendant trois ans; elle

2. Ibid., graphique 35.

3. Ibid.

est de quatre sessions de huit semaines en quatre ans en Alberta et dans les Territoires du Nord-Ouest et de quatre périodes de quatre semaines en Colombie-Britannique et au Yukon. Il arrive que la formation reçue avant la période d'apprentissage puisse être portée à son actif et prise en considération. Les apprentis doivent réussir les sessions de formation scolaire, selon les exigences du collège fréquenté. En plus de terminer avec succès la période de formation, l'élève doit subir un examen normalisé.

Autre facteur de contingentement des nouveaux mécaniciens qualifiés, le nombre d'apprentis est limité. Les règlements provinciaux précise le nombre de mécaniciens qualifiés qu'il doit y avoir pour chaque apprenti dans un atelier. Le règlement type stipule, par exemple, qu'il faut trois mécaniciens qualifiés pour chaque apprenti. Bien qu'il n'y ait pas de relevé uniforme, il semble que ces règles soient observées. M. Oliver Wright, du bureau régional de London du ministère des Collèges et Universités de l'Ontario, affirme que son service a presque toujours une liste importante de noms de personnes qui cherchent des postes d'apprenti. Une telle offre d'apprentis s'est maintenue même au cours de périodes assez longues de croissance rapide de la demande de mécaniciens.

La formation menant au certificat d'aptitude professionnelle de mécanicien d'automobiles est assez générale; l'apprenti doit recevoir une formation et subir des examens sur à peu près toutes les parties de l'automobile. Cependant, en pratique, de nombreux mécaniciens sont spécialisés et la plupart ne tenteront pas de réparer n'importe quelle partie de l'automobile. Certains règlements provinciaux tiennent compte de cette spécialisation en offrant des certificats d'aptitude professionnelle dans des sous-spécialités. En règle générale, la formation dans ces spécialités limitées dure moins longtemps que pour le certificat de mécanicien général. Les spécialités connexes sont les suivantes : ajusteur-mécanicien (Ontario et Colombie-Britannique), mécanicien des systèmes d'alimentation et d'électricité de véhicules automobiles (Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Ontario et Colombie-Britannique), mécanicien de camions et d'autobus (Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick), mécanicien des directions et des suspensions de véhicules automobiles (Nouveau-Brunswick, Ontario et Colombie-Britannique) et mécanicien de boîtes de vitesses de véhicules automobiles (Ontario et Colombie-Britannique). Dans les provinces où la qualification professionnelle est obligatoire, ces mécaniciens ne peuvent exiger d'être rémunérés pour le travail dans un domaine autre que celui de leur spécialité limitée.

Compte tenu de ce qui précède, il semble justifié de conclure que la qualification professionnelle est un facteur important dans cette industrie. Les exigences en matière de formation sont très strictes dans la plupart des cas, la période de formation est assez longue et il faut subir des tests normalisés. De plus, la limite imposée quant au nombre de stagiaires par mécanicien qualifié limite le nombre de mécaniciens pouvant être formés.

MESURES LÉGISLATIVES AUX ÉTATS-UNIS

Ce n'est que récemment que les corps législatifs des États américains se sont penchés sur le problème de l'industrie de la réparation automobile. Jusqu'en mai 1979, seulement la moitié des 50 États avaient adopté des lois ou des règlements touchant cette industrie en particulier⁴. Comme les entreprises de réparation d'automobiles sont souvent locales, le pouvoir de réglementer cette industrie appartient presque entièrement aux États, la principale exception touchant les aspects qui intéressent principalement les fabricants. Puisque la plupart des fabricants font du commerce inter-États, le gouvernement fédéral peut légiférer sur leur activité.

La principale différence entre le Canada et les États-Unis pour ce qui a trait à la réparation des automobiles est l'absence quasi totale, aux États-Unis, de réglementation professionnelle. Jusqu'en 1974, aucun État ne possédait de régime de qualification et, en 1979, seulement Hawaï, le Michigan et le District de Columbia (Washington) avaient adopté une loi à cet égard⁵. (Hawaï exige seulement que 50 p. 100 des mécaniciens d'une entreprise de réparation aient un certificat d'aptitude professionnelle.) Cette loi comprenant des dispositions qui préservent les droits acquis, il est peu probable qu'elle ait un effet significatif. Aucun État ne possède un programme de formation facultatif administré par le gouvernement⁶, encore qu'il existe des programmes privés. Mais ces derniers ont obtenu un succès très limité.

4. Automotive Parts and Accessories Association, Summary of Auto Repair Legislation and Regulations of the Fifty States, Washington, D.C., Automotive Parts and Accessories Association, 1979, tableau préliminaire.

5. Ibid.

6. Ibid.

La délivrance de permis aux concessionnaires est une forme de contrôle beaucoup moins restrictive. Seulement cinq États, outre Washington (D.C.)⁷, délivrent des permis aux concessionnaires. (L'État du Rhode Island exige en outre l'obtention d'un permis pour les ateliers de réparation de carrosserie et de garde-boue.) Dans la plupart des cas, les conditions de délivrance d'un permis ressemblent davantage à ce qu'on appellerait normalement une formalité d'enregistrement. Le concessionnaire s'inscrit simplement et paie des frais. Dans certains États, tout particulièrement en Californie, la révocation ou la suspension d'un permis de concessionnaire peut être utilisée comme mesure punitive.

De plus en plus de lois et de règlements sont adoptés aux États-Unis stipulant la divulgation de renseignements par l'entreprise de réparation. Ces lois sont de loin les plus répandues aux États-Unis et sont maintenant en voie d'être adoptées ou déjà en vigueur dans 27 États, outre Washington (D.C.)⁸. Trois seulement de ces États avaient de telles règles avant 1972. Les lois de divulgation de renseignements exigent généralement que l'atelier de réparation dise au consommateur quelles réparations seront effectuées et leurs coûts. Dans la plupart des cas, l'évaluation est obligatoire ou alors le montant demandé ne doit pas dépasser 110 p. 100 de l'évaluation.

Les modalités d'application des diverses lois de divulgation de renseignements varient considérablement d'un État à l'autre. Dans six États, l'évaluation n'est nécessaire que si le consommateur la demande⁹. En Alaska, l'atelier doit exposer une affiche informant le consommateur de son droit de demander une évaluation. Plusieurs États exigent l'évaluation, mais permettent au consommateur de renoncer à son droit. Certains États exigent la divulgation du prix horaire de la main-d'oeuvre lorsque le consommateur n'a pas demandé d'évaluation précise. D'autres États encore ont adopté des dispositions concernant la possibilité que des problèmes additionnels soient découverts pendant que les réparations sont faites. En Californie, par exemple, on permet au garagiste de demander une autorisation par téléphone pour des réparations supplémentaires. Comme dans le cas du Québec, l'atelier doit noter le nom de la personne qui a donné l'autorisation, l'heure de l'appel et le numéro auquel a été rejoint le client¹⁰.

7. Ibid.

8. Ibid.

9. Ibid., pp. 1-15.

10. Ibid., p. 1.

Il existe des différences entre les États quant au contenu et à la signification des renseignements divulgués. Certains États exigent que l'utilisation de pièces réusinées ou usées soit explicitement approuvée. Beaucoup d'États exigent que les pièces remplacées soient rendues dans tous les cas ou à la demande du client. D'autres interdisent la sous-traitance sans l'autorisation du client.

Sept États ont mis sur pied des offices de réparation des véhicules automobiles¹¹. Il est impossible de déterminer d'après les documents publiés la nature du travail de ces organismes. Ils ont normalement le pouvoir de contrôler la compétence professionnelle des mécaniciens ou les permis des ateliers, de s'occuper des plaintes des consommateurs et de fournir des renseignements.

Le dernier type de règlement est celui qui a trait à l'exécution de travaux déterminés. De par leur nature, ces règlements entraînent sans doute beaucoup de frais pour ceux qui doivent s'y conformer comme pour ceux qui doivent les appliquer. Il en existe donc très peu. Dans les États où des inspections sont obligatoires, les modalités sont précisées. En Californie, certains règlements ont été imposés au sujet du remplacement des joints à rotule et de la réparation des boîtes automatiques¹².

Deux États, la Californie et le Michigan, se sont montrés particulièrement novateurs dans le domaine de la réglementation de la réparation des automobiles. L'élément clé du programme du Michigan est un système détaillé de réglementation professionnelle. Les lois du Michigan qui sont progressivement mises en application exigent que chaque mécanicien obtienne un permis dans au moins un domaine de la réparation automobile. De plus, chaque atelier doit employer au moins un mécanicien dûment qualifié dans chaque domaine dans lequel il offre des services. Il existe huit domaines qui sont assez étroitement délimités : moteur, boîte automatique, boîte manuelle et pont arrière, train avant, freins, chauffage et climatisation, électromécanique

11. Ibid., tableau préliminaire.

12. State of California, Laws and Regulations Relating to Automotive Repair Dealers and Licensed Official Stations, Sacramento, Bureau of Automotive Repair, 1978, titre n° 16, art. 6.5.

et réglage du moteur¹³. Ce système, bien que quelque peu compliqué, est probablement moins restrictif que le système canadien, étant donné que les mécaniciens peuvent se spécialiser dans des domaines assez limités. Le Michigan possède également des dispositions relatives à la divulgation des renseignements et est doté d'un office de réparation des véhicules automobiles.

La Californie n'a pas de régime de certificat pour les mécaniciens, mais elle exige l'enregistrement des détaillants qui doivent pouvoir se conformer à certaines normes. Pour certaines réparations précises imposées aux consommateurs par la loi, l'obtention d'un permis de détaillant est obligatoire et nécessite le respect de normes précises. Par exemple, les ateliers de réparation doivent avoir un permis pour faire des inspections imposées par la loi aux automobilistes, celles contre la pollution, par exemple, ou le réglage des phares exigés par la police. Les principaux éléments du programme californien sont la divulgation exhaustive de renseignements et l'existence d'un office de la réparation automobile (Bureau of Automotive Repair) qui se signale par son dynamisme. L'organisme distribue des brochures contenant des renseignements sur des problèmes précis tels que les joints à rotule et les boîtes de transmission automatique. Il publie, en outre, un bulletin mensuel destiné principalement aux entreprises de réparations dans lequel on trouve des renseignements sur l'activité de l'office et les obligations des mécaniciens. L'office prend des mesures disciplinaires diverses dont il est fait état dans le bulletin¹⁴. Au cours des 12 mois précédant septembre 1979, l'office a réglé 6 600 plaintes et obtenu des rajustements, des remboursements ou de nouvelles réparations d'une valeur totale de \$122 000. Si l'on veut replacer ces données dans leur contexte, il convient de signaler que la Californie compte 10 millions de voitures et, selon les estimations fournies au chapitre précédent, les dépenses annuelles en réparations dépassent trois milliards de dollars.

13. Ruth Woodling, Auto Repair Regulation: An Analysis, Athens, Institute of Government, université de la Georgie, 1978, p. 23.

14. State of California, Bureau of Automotive Repair, Newsletter, Sacramento, Bureau of Automotive Repair, juin 1979.

ANALYSE ÉCONOMIQUE DE LA RÉGLEMENTATION RELATIVE À L'INDUSTRIE DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE

Les mesures de réglementation décrites dans les deux sections précédentes peuvent être regroupées sous trois catégories: la réglementation professionnelle, la divulgation de renseignements et la surveillance. La réglementation professionnelle, répandue au Canada, est la plus vigoureuse de ces trois mesures à avoir été mise en vigueur. Les lois prévoyant la divulgation de renseignements sont courantes aux États-Unis, et le Québec s'en est donnée une récemment. Ces lois sont peu coûteuses et offrent des avantages importants aux consommateurs. La surveillance de l'industrie de la réparation est une catégorie très générale qui englobe essentiellement le contrôle de l'exécution et des résultats. Elle comprend l'enregistrement des détaillants, des exigences en matière d'équipement, de procédés et l'existence de bureaux de plaintes. L'étendue de la surveillance peut varier considérablement. Toutefois, la surveillance pourrait être la forme de réglementation la plus vigoureuse et, probablement aussi, la plus chère. À l'heure actuelle en Amérique du Nord, aucune disposition légale n'a un pouvoir de surveillance significatif, mais le fait que des observateurs laissent supposer une très mauvaise performance de l'industrie à ce chapitre pourrait provoquer l'adoption de lois. Un dernier groupe de réglementations qui s'appliquent à cette industrie est la protection offerte par le droit coutumier et les lois sur les pratiques commerciales. En un sens, cette protection représente la solution "par défaut", étant donné que les moyens qu'elle offre constituent le contexte juridique dont il faut se satisfaire à défaut de règlements conçus exprès pour cette industrie. Nous n'évaluerons pas ici ces moyens généraux, encore que l'étude de mesures de réglementation additionnelles laisse supposer des failles réelles ou présumées des moyens de protection ordinaires.

Qualification professionnelle

Le principal instrument de la réglementation canadienne sur l'industrie de la réparation des automobiles, ce sont les certificats d'aptitude professionnelle. Comme on l'a dit précédemment, les certificats sont obligatoires dans toutes les provinces à l'exception de la Saskatchewan, de la Colombie-Britannique et des Territoires du Nord-Ouest. Dans presque tous les cas, l'obtention d'un certificat suppose un long apprentissage et une formation assez considérable dans une école.

Plusieurs arguments peuvent être invoqués en faveur de la réglementation professionnelle. Celle-ci existe principalement dans les secteurs où la sécurité publique est en jeu et où il y a de graves problèmes d'information. Dans les cas où la sécurité publique est en jeu, c'est-à-dire quand des personnes autres que les parties contractantes peuvent être touchées, la réglementation professionnelle peut être considérée comme une tentative de contrôler certains facteurs dits externes. L'attestation obligatoire d'aptitude professionnelle est dans ce cas une tentative visant à assurer un minimum de services. Ainsi, la société exige que les ponts soient conçus par des ingénieurs diplômés. Bien sûr, le principe de la responsabilité légale devrait inciter les preneurs de décisions à agir dans le sens voulu, mais ce principe peut n'être pas toujours efficace. Quand il s'agit de problèmes d'information, la réglementation professionnelle n'a pas pour rôle d'imposer une qualité minimale pour le consommateur, mais d'aider celui-ci à acheter un service selon les critères de qualité qui auraient été les siens s'il avait eu toutes les données nécessaires. Par exemple, le consommateur peut vouloir s'assurer que le producteur possède une certaine compétence. Cependant, le consommateur peut n'être pas apte à juger de cette compétence ou ne pouvoir le faire qu'à un prix très élevé. Dans ces circonstances, le consommateur pourra choisir de traiter uniquement avec des personnes qui ont un minimum de compétence.

La réglementation professionnelle a encore pour avantage d'offrir un moyen de surveillance des producteurs de services. Là où des pratiques malhonnêtes sont possibles, la révocation d'un permis est une sanction additionnelle pouvant être utilisée. Ici encore, la traditionnelle responsabilité légale peut sembler donner les mêmes résultats. Toutefois, la possibilité d'une faillite et le coût des poursuites peut limiter l'efficacité de ce moyen.

Chacun des trois arguments présentés peut s'appliquer à l'industrie de la réparation des automobiles. La sécurité du public est manifestement en cause quand nous parlons de qualité des réparations d'automobiles puisque des réparations mal faites des freins, de la direction, des pneus, des glaces, etc., peuvent causer des accidents. Ces accidents concernent non seulement les automobilistes mais également des personnes qui n'étaient aucunement parties à la transaction. Tel serait un facteur extérieur de la réparation automobile. La question de la divulgation des renseignements s'applique également. Dans cette industrie, comme dans beaucoup d'industries de services, il n'y a pas de produit à examiner avant l'achat. Les consommateurs peuvent

n'être pas aptes à juger de la qualité des réparations même après qu'elles ont été faites. De plus, les essais répétés et les erreurs augmentent les coûts d'obtention de l'information. Une mauvaise réputation s'acquiert, mais les mécaniciens peuvent tout simplement se déplacer périodiquement pour ne pas subir les conséquences de leurs actes. La difficulté d'évaluer les réparations fait que les réputations, bonnes ou mauvaises, se font très lentement. Les pertes du consommateur ou du producteur peuvent, dans l'intervalle, être considérables. Enfin, les possibilités de fraude sont grandes et le danger de perdre son permis peut constituer une incitation additionnelle à éviter les pratiques trompeuses.

Chaque argument en faveur de la réglementation professionnelle a suscité une argumentation contraire. En outre, la réglementation professionnelle peut ne pas correspondre à l'idéal visé et, par conséquent, ne pas permettre d'atteindre l'objectif fixé ou peut même créer de nouveaux problèmes.

En ce qui concerne l'argument des effets externes, on peut soulever trois difficultés. Premièrement, comme nous l'avons déjà dit, la responsabilité légale ordinaire peut être un motif suffisant de prudence. La possibilité de faillite n'est pas particulière à cette industrie et peut être contrebalancée jusqu'à un certain point par le cautionnement des entreprises de réparation. Deuxièmement, le fait qu'un professionnel soit parvenu à répondre à des normes de qualification minimales ne garantit pas que son travail sera fait consciencieusement une fois qu'il sera en poste. Au contraire, les salaires que gagnent les mécaniciens qualifiés peuvent les inciter à travailler trop rapidement ou trop longtemps. (Cet argument ne tient que si la réglementation professionnelle crée des barrières artificielles à l'entrée.) Troisièmement, si les seuls services offerts sont de qualité supérieure, certains consommateurs pourront choisir de n'en acheter aucun plutôt que de regarder du côté des services de qualité inférieure. Du point de vue de la sécurité publique, des services de qualité inférieure valent mieux que pas de services du tout.

L'argument de la divulgation des renseignements, selon lequel les consommateurs préfèrent une qualité supérieure, sont disposés à en payer le prix mais ont de la difficulté à l'évaluer, est fortement contrebalancé par la possibilité de la qualification professionnelle "sur le tas". Si, en fait, un ensemble d'exigences professionnelles présente des avantages pour les consommateurs, c'est-à-dire si les avantages sont supérieurs aux coûts, les consommateurs s'adresseront uniquement à des mécaniciens qualifiés. La

formation sur le tas offre plusieurs avantages comparative-
ment au certificat obligatoire. Le programme doit subir le
test du marché. Si les normes sont inadéquates, les consom-
mateurs pourront ne pas tenir compte du certificat ou tout
simplement éviter les mécaniciens dûment qualifiés. Le per-
mis obtenu par formation "sur le tas" permet une certaine
diversité. Si l'attestation privée de la compétence était
permise, les entreprises pourraient se faire concurrence
pour trouver les meilleurs critères. Il n'y aurait pas
d'obstacles à l'entrée tant que l'offre d'autorisation
serait concurrentielle et que les mécaniciens non officiel-
lement qualifiés pourraient faire concurrence aux méca-
niciens dont l'aptitude professionnelle est officiellement
attestée. Autre avantage, les consommateurs pourraient
choisir le niveau de compétence qu'ils jugent convenable.
Ils pourraient, par exemple, s'adresser à des mécaniciens
non qualifiés officiellement pour des réparations simples et
à des mécaniciens possédant un certificat reconnu pour des
réparations complexes.

Il convient de signaler que les programmes de forma-
tion "sur le tas" n'ont généralement pas donné de bons
résultats. Aux États-Unis, le National Institute for Auto-
mobile Service Excellence offre un programme libre aux méca-
niciens, mais la participation a été faible jusqu'à mainte-
nant. Ce résultat peut jeter certains doutes sur la viabi-
lité de ce genre d'attestation de compétence professionnelle.
Par ailleurs, cela signifie que la réputation ou d'au-
tres facteurs sont plus importants aux yeux des consomma-
teurs.

Le troisième argument en faveur de la réglementation
professionnelle est qu'elle pourrait être utilisée pour
pénaliser les fraudeurs. Quelle que soit la valeur de l'ar-
gument, il semble que la révocation d'un certificat d'apti-
tude professionnelle se produise assez rarement. L'inter-
diction pour une personne de travailler dans sa profession
est une peine sévère que les organismes qui délivrent les
permis hésitent à imposer même si elles ont généralement le
pouvoir de le faire. Les pertes subies en raison d'une
telle interdiction sont très élevées par rapport à celles
qu'entraînent les peines infligées par les tribunaux pour
des fautes semblables.

Cela laisse supposer au moins une chose, à savoir que
la validité de la reconnaissance obligatoire n'est pas évi-
dente. Les arguments simples et habituels en faveur de la
réglementation professionnelle comportent de sérieuses lacu-
nes. Toutefois, on ne peut en conclure qu'il n'existe aucun
argument valable en faveur de la réglementation profession-
nelle. Cet argument doit se fonder sur certaines failles

des systèmes privés de qualification. La cause de telles failles est loin d'être claire, mais il est possible que les dispensateurs de permis se comportent comme des monopoleurs ou que certains copient des programmes de formation et d'attestation professionnelles déjà existants. Une entreprise envisageant la possibilité d'élaborer un programme de formation et d'attestation d'aptitude pourrait s'attendre à ce que d'autres entreprises copient tout simplement ces normes une fois qu'elles auront été établies. Une telle perspective découragerait évidemment toute initiative dans ce domaine. Par conséquent, les avantages d'une attestation professionnelle décernée par l'État ne peuvent être rejetés. Il n'est pas du tout certain qu'on puisse étendre cet argument à l'attestation obligatoire d'aptitude professionnelle (de préférence à l'attribution de permis privés).

La faiblesse de la thèse de la réglementation professionnelle importerait peu si les coûts étaient peu élevés. Il faut donc déterminer les coûts de l'attestation officielle d'aptitude professionnelle. Les principaux coûts sont ceux de l'élaboration des normes, de la rédaction d'examens, de la diffusion des normes, du contrôle du respect de celles-ci, du traitement des plaintes, etc. Ces coûts sont considérables et accompagneraient n'importe quel programme de qualification, obligatoire ou non.

Sans doute les coûts les plus considérables associés au certificat obligatoire sont-ils ceux qui découlent de la création d'obstacles à l'entrée. Si un régime d'attestation d'aptitude professionnelle fixe des normes arbitraires, normes trop sévères ou qui contingentent tout simplement la profession, il en résulte un certain nombre de facteurs d'inefficacité. Le plus évident est que le prix du service est trop élevé, c'est-à-dire que les consommateurs doivent payer pour des services un prix supérieur à la valeur des ressources utilisées dans la production de ces services. Outre le nombre insuffisant d'entreprises, la réglementation professionnelle peut avoir pour effet d'attirer les "mauvaises" entreprises. Avec la concurrence, seuls les producteurs efficaces survivent. Si une entreprise moins efficace qu'un nouvel arrivant potentiel pratique des prix d'équilibre, le nouvel arrivant peut espérer faire des profits en entrant dans cette industrie. L'entrée de nouvelles entreprises causerait une baisse des profits, de telle sorte que certaines entreprises n'auraient plus, par manque à gagner, un revenu suffisant pour faire face à des coûts de substitution. Avec les certificats obligatoires et officiels de qualification, toutes les entreprises se voient assurer des rentes économiques. Il n'existe aucun mécanisme permettant d'éliminer automatiquement les entreprises inefficaces.

Les objections des économistes au sujet des permis obligatoires ont toujours eu trait principalement aux conséquences des obstacles à l'entrée. Il importe cependant de signaler que ces obstacles entraînent des coûts seulement lorsque les normes de reconnaissance d'aptitude professionnelle sont inadéquates. Si les connaissances nécessaires pour obtenir un permis étaient seulement celles que possède quiconque pratique le métier de façon acceptable, ces coûts n'existeraient pas. Il y a des raisons pour lesquelles on peut penser que les normes sont ou arbitraires ou excessivement sévères. Il est de l'intérêt de ceux qui détiennent des permis de ralentir le rythme auquel de nouveaux permis sont délivrés. Si le groupe de détenteurs de permis impose lui-même les règles ou détient un pouvoir politique important, les normes d'entrée tendront à être trop élevées. De plus, les normes de reconnaissance d'aptitude professionnelle ne peuvent aisément régler le problème de la diversité des goûts. Une personne qui désire obtenir un service de qualité inférieure à prix inférieur peut ne pas avoir la possibilité de se procurer de tels services dans un régime de réglementation professionnelle.

Que peut-on dire, par conséquent, des conditions d'obtention d'un certificat d'aptitude professionnelle dans le domaine de la réparation automobile au Canada? Sans une étude exhaustive de la question, il est difficile de tirer des conclusions. Nous pouvons, toutefois, faire certaines observations. Comme nous l'avons déjà dit, les conditions d'obtention d'un tel certificat dans le domaine de la réparation automobile sont assez générales. Les candidats doivent démontrer leur compétence dans tous les domaines de la réparation automobile. Cette exigence peut être incompatible avec la spécialisation actuelle des ateliers de réparation et de leur personnel. Cependant, certaines provinces offrent des certificats dans des spécialités limitées. La limitation du nombre d'apprentis que peut employer une même entreprise est un autre obstacle. Il n'est pas clair qu'il s'agisse là d'une limitation importante. Il y a des listes d'attente pour les postes d'apprenti, mais on ignore si ce phénomène est attribuable à la réglementation provinciale ou à la situation générale de l'emploi. Il est possible qu'une partie de ceux dont les noms figurent sur les listes d'attente pour les postes d'apprenti ne soient pas qualifiés ou ne recherchent pas activement un emploi. La réglementation provinciale précise le salaire minimum sous forme de pourcentage des salaires des mécaniciens qualifiés. L'afflux d'apprentis serait excessif si les salaires minimaux étaient fixés trop haut par rapport aux salaires des mécaniciens officiellement qualifiés.

Lois sur la divulgation de renseignements

Les lois sur la divulgation de renseignements obligent les entreprises de réparation à donner des renseignements précis avant, pendant et après les réparations. De tels règlements font partie de la nouvelle Loi sur la protection du consommateur du Québec et sont assez fréquents aux États-Unis.

Pour comprendre ce que sont les lois de divulgation de renseignements, il est utile de préciser ce qui est permis quand il n'y en a pas. Prenons le cas d'un client qui laisse son automobile à un atelier pour qu'elle soit réparée. L'atelier peut effectuer n'importe quelles réparations et facturer le client en conséquence. L'entreprise a un privilège général sur l'automobile et le client doit payer le montant fixé pour reprendre son bien. Toutefois, l'atelier n'a pas une liberté totale d'action à cet égard; les lois sur les pratiques commerciales interdisent d'effectuer des réparations non nécessaires ou de facturer un client pour des réparations qui n'ont pas été faites. Mais il peut être difficile de découvrir de telles fraudes et coûteux d'entamer une procédure. De plus, le consommateur n'a pas de protection juridique pour ce qui a trait aux réparations qui, bien qu'elles soient techniquement valables, ne correspondent pas à son choix. Une loi sur la divulgation de renseignements change considérablement les données pour ce qui a trait aux pratiques permises puisqu'elle stipule que le coût total des réparations doit être précisé avant que le travail soit effectué.

Pour l'information comme pour la plupart des autres produits, on peut raisonnablement supposer qu'il vaut mieux en avoir plus que moins. Le modèle de concurrence à l'aide duquel nous pouvons montrer les avantages de la décentralisation de la prise de décision suppose une information complète. Les consommateurs peuvent utiliser des renseignements supplémentaires si c'est à leur avantage; ou bien, ils peuvent tout simplement s'en passer. Le problème se complique quand on tient compte du fait que l'information coûte toujours cher à obtenir. L'information étant coûteuse, nous ne pouvons tirer de conclusions au sujet des lois sur la divulgation de renseignements qu'à l'aide d'une comparaison des coûts et avantages. Sans doute est-il difficile de nous faire de ces coûts et avantages une idée claire, mais un examen des marchés pourrait indiquer lesquels sont supérieurs.

Lorsqu'on analyse les avantages et les coûts de la divulgation de renseignements, il importe d'établir une distinction entre l'incidence de la loi et celle de la divulgation elle-même. Procéder autrement, ce serait présumer

qu'aucune divulgation n'est faite sauf si une loi y oblige. La communication de renseignements comporte des avantages évidents pour le consommateur. Celui-ci peut décider de faire effectuer des réparations ou de ne pas le faire en connaissant les coûts. Il peut faire des recherches pour obtenir plusieurs évaluations et choisir un atelier en fonction du prix ou d'autres facteurs. Enfin, grâce à un type quelconque d'évaluation obligatoire, le consommateur peut transférer le risque à l'atelier. Les coûts de la divulgation comprennent les coûts de diagnostic avant les réparations, l'évaluation du temps nécessaire pour les réparations, la communication avec le client et, dans certains cas, les risques.

Que peut-on dire du rapport entre les coûts et les avantages de la divulgation? On peut penser que si les avantages de la divulgation étaient supérieurs aux coûts, celle-ci serait une conséquence des transactions libres. (Il convient de signaler que nous ne supposons pas ici que les réparations figurant sur l'évaluation sont "justifiées". Notre analyse porte sur les effets de la divulgation du prix et de l'importance des réparations au consommateur avant que les réparations soient effectuées. L'évaluation des réparations à effectuer peut très bien constituer une pratique frauduleuse.) Les consommateurs choisiraient seulement les ateliers où ces données sont divulguées ou ceux qui ne les donnent pas, mais alors à condition que les prix soient sensiblement inférieurs. Dans ces circonstances, les ateliers trouveraient avantageux de divulguer les renseignements. Bien sûr, si les revenus tirés des fraudes sont assez considérables, les ateliers qui ne donnent pas ces renseignements pourraient survivre grâce à des clients occasionnels qui ne connaîtraient pas bien les conséquences du manque d'information. Nous n'en pensons pas moins que la divulgation serait la pratique dominante si les avantages étaient réellement supérieurs aux coûts.

Peut-on conclure que les avantages de la divulgation sont inférieurs aux coûts? Il est probable que non. Premièrement, il n'est pas certain que la divulgation ne soit pas la pratique dominante. Plusieurs entreprises spécialisées à succursales disent dans leur publicité qu'elles fournissent une évaluation garantie avant que les réparations soient effectuées. Beaucoup d'entreprises de réparation fonctionnent comme le prévoient les lois sur la divulgation de renseignements: elles fournissent une évaluation et obtiennent une autorisation par téléphone s'il faut effectuer des réparations supplémentaires. La valeur légale de cette évaluation peut être jugée douteuse ou mal comprise par le consommateur, mais les ateliers de réparation peuvent très bien se comporter comme si elles étaient obligatoires.

Deuxièmement, il peut être très coûteux, dans le contexte juridique actuel, de fournir une évaluation que le consommateur considérera comme obligatoire. Si les lois actuelles ne reconnaissent pas le contrat, si l'on ne peut faire exécuter le contrat qu'au prix d'une coûteuse contestation devant les tribunaux ou si un tel contrat nécessite un devis détaillé, les évaluations obligatoires pourront ne pas devenir pratique courante même si les avantages directs dépassent les coûts directs.

L'incidence de lois sur la divulgation de renseignements dépendra du changement que représentera le comportement recherché par rapport au statu quo. Si la plupart des ateliers donnent déjà les renseignements nécessaires, les coûts et les avantages seront probablement faibles. Les coûts seraient en grande partie inutiles étant donné que l'atelier, qui se conformerait déjà à l'esprit de la loi, devrait s'adapter de façon à s'y conformer à la lettre. Les coûts administratifs et les coûts de mise en application pourraient aussi être considérables. Si le comportement des ateliers qui ne donnent pas de renseignements au client est motivé par l'attrait de la fraude, une loi de divulgation pourrait avoir un avantage, qui serait d'éliminer ou de changer le comportement de l'atelier qui, en laissant le consommateur dans l'ignorance, ne se conforme pas à la pratique générale. Autre avantage possible, la valeur que les consommateurs accordent aux évaluations pourrait augmenter si ces dernières se voyaient reconnaître, d'une façon ou d'une autre, une valeur légale.

Si la divulgation n'est pas répandue lorsque aucune loi ne l'exige, les coûts et avantages des lois de divulgation sont pratiquement identiques aux coûts et avantages de la divulgation elle-même. Il faut évidemment compter les coûts directs de mise en application et d'administration pour obtenir les coûts totaux.

Plusieurs caractéristiques des lois adoptées dans divers États américains semblent souhaitables. Premièrement, l'exception faite pour les réparations mineures est avantageuse, étant donné que le diagnostic et l'évaluation pourraient être aussi coûteux que la réparation elle-même dans de tels cas. De plus, la limite supérieure prévue par l'exception limiterait le prix qui pourrait être demandé. Deuxièmement, la possibilité d'obtenir l'autorisation par téléphone pour des réparations supplémentaires contribuerait à réduire les coûts d'application de la loi. Enfin, une clause de renonciation permettrait d'éviter que la divulgation n'engendre des coûts dans les cas où elle ne convient pas (réparations spéciales ou à risque élevé). Avec une clause de renonciation, le client peut tout simplement

signer un document dégageant l'atelier de l'obligation de fournir une évaluation. Les ateliers qui trouvent que le coût d'application de la loi est trop élevé pourraient tout simplement se dégager en obtenant des renonciations pour toutes les réparations. Toutefois, les clients sauraient que certaines entreprises fournissent des évaluations. De cette manière, la loi sur la divulgation de renseignements subirait éventuellement le test du marché.

INSTRUMENTS COMMERCIAUX

L'analyse théorique du chapitre II laisse entrevoir la possibilité d'une lacune du marché dans cette industrie. L'insuffisance des renseignements détenus par le consommateur et le fait que celui-ci s'en remette par conséquent au producteur pour obtenir un devis peuvent être une cause d'injustice et d'inefficacité. Cependant, le contexte institutionnel qui a produit ces résultats était extrêmement et artificiellement simplifié : des entreprises spécialisées se lient par contrat avec des clients individuels pour une réparation unique en se faisant rémunérer pour leurs services. Les formes réelles d'adaptation à la technologie sont, en fait, beaucoup plus complexes que cela. La présente section analyse brièvement quelques-unes seulement des possibilités. Voici comme exemples de ces formes d'adaptation les garanties prolongées, les entreprises à succursales, les grands magasins et les ventes conditionnées.

L'analyse en règle de n'importe lequel de ces instruments serait assez difficile; cependant certaines généralisations sont possibles. Chacune des formes d'adaptation est attrayante pour les entreprises de cette industrie précisément en raison des possibilités de pratiques trompeuses. Si tous les consommateurs ou une bonne partie des consommateurs prévoient en général payer un peu plus que le prix concurrentiel lorsqu'ils s'adressent à une entreprise de type classique, une entreprise innovatrice peut s'attendre à faire des profits si elle peut donner au client l'assurance qu'il peut acheter des réparations à un prix se situant entre le prix concurrentiel et le prix que le consommateur croit devoir payer.

La nouveauté la plus importante dans l'industrie automobile est probablement la garantie prolongée. Avec ce genre de garantie, le consommateur paie un montant forfaitaire au début de la période visée par la garantie (habituellement au moment de l'achat), en contrepartie de quoi il

est assuré pour le montant des réparations pendant une période déterminée. Peut-être la meilleure façon de considérer ces contrats de garantie prolongée est-elle de les concevoir comme des polices d'assurance. L'analyse théorique de l'assurance en général leur convient assez bien. Des facteurs tels que le risque subjectif et le mauvais choix sont sans aucun doute cruciaux pour déterminer la nature de la garantie. Cependant, un autre avantage de ces ententes s'explique par la possibilité de pratiques trompeuses. Le consommateur, assuré pour le montant des réparations, n'est pas porté à contrôler les montants facturés, tandis que la tierce partie, qu'il s'agisse d'une compagnie d'assurance, d'un fabricant ou d'un détaillant, aura tout intérêt à le faire. Il est probable qu'une vérification experte de ce genre contribuera plus à décourager le recours à des pratiques trompeuses qu'une vérification sommaire par le client. Évidemment, lorsque les garanties sont offertes par le producteur des services de réparation, les risques de fraude et de surévaluation décrits au chapitre II n'existent plus (d'autres difficultés peuvent évidemment survenir). La plupart des garanties prolongées sont présentement offertes par les fabricants eux-mêmes qui connaissent les caractéristiques particulières du modèle garanti et ont un certain pouvoir face à leurs concessionnaires.

L'augmentation du nombre d'entreprises de réparation spécialisées à succursales ou à concessions s'explique en partie par la possibilité que surgissent des problèmes dans cette industrie. Une entreprise spécialisée à succursales pourra tirer profit d'une réputation d'honnêteté qu'elle aura acquise. Dans ce cas, l'entreprise qui accorde des concessions aura intérêt à surveiller la conduite des détaillants afin de préserver la valeur de la marque. La spécialisation habituelle de ces entreprises à succursales peut s'expliquer par les avantages qu'offrent une conception et une standardisation soignées des tâches. Cette spécialisation oblige, en outre, le concessionnaire à se comporter d'une façon déterminée et facilite la surveillance. La participation de beaucoup de grands magasins dans cette industrie peut s'expliquer de façon semblable. Le grand magasin achète et vend un grand nombre de produits très divers et prête son nom à chacun. Le consommateur peut se rendre compte que la possibilité qu'une réputation se ternisse suffit à décourager le recours à des pratiques trompeuses. Étant donné ces assurances, le grand magasin peut juger que son entrée dans le secteur de la réparation des automobiles serait profitable, même s'il n'a pas du tout recours à des pratiques trompeuses. Bien sûr, pour chacun des instruments commerciaux, il devrait y avoir entrée sur le marché jusqu'à ce que les profits, au sens économique du terme, soient nuls ou en équilibre.

Diverses formes de vente conditionnée peuvent également contribuer à atténuer le problème de l'information. Citons, par exemple, le contrat forfaitaire de location de voiture où le concessionnaire-propriétaire assure l'entretien. La plupart des contrats de location sont toutefois des contrats ouverts où le client prend à sa charge l'entretien préventif et les réparations. Les ventes conditionnées de services que peut offrir verbalement un concessionnaire ou une station-service du voisinage offrant aussi un service de réparation, peuvent acquérir, de cette association, un surcroît d'importance. Dans les deux cas, la vente conditionnée est utilisée assez librement étant donné qu'il n'y a pas d'engagement contractuel. Cependant, le client pourra acheter une voiture ou de l'essence d'un détaillant de façon à créer une situation où le fournisseur aura beaucoup à perdre s'il a recours à des pratiques trompeuses au chapitre des réparations. En faisant le plein régulièrement chez un même détaillant pour se faire connaître et lui confier ensuite les réparations, le consommateur peut faire preuve d'une certaine sagesse. (Cela suppose que $P > MC$ pour les biens vendus ensemble, comme dans le cas de la concurrence monopolistique.)

L'existence de chacun de ces instruments commerciaux peut également s'expliquer d'une autre façon. On remarque toutefois un phénomène intéressant qui confirme ces explications : rares sont les entreprises de réparation totalement indépendantes. Celles qui sont vraiment indépendantes sont très souvent spécialisées dans les voitures étrangères ou les voitures de fanatiques de l'automobile. On peut raisonnablement penser qu'une grande partie de ces propriétaires connaissent les voitures et n'ont pas besoin de se fier aux marques de commerce.

Chapitre V

CONSÉQUENCES DES POLITIQUES ET RECOMMANDATIONS POUR LES RECHERCHES FUTURES

Dans le présent chapitre, il est question des recommandations touchant les politiques et les recherches futures. Pour cela, il faut d'abord déterminer et ordonner quelques-uns des thèmes généraux abordés dans les chapitres précédents.

La partie théorique de la présente étude comporte plusieurs propositions distinctes énumérées à la fin du chapitre II. L'ensemble des résultats donne à penser que l'effet des pratiques trompeuses en termes d'équilibre n'est pas clair et net et que les apparences sont parfois un peu trompeuses. L'entrée d'entreprises sur le marché et l'ajustement des prix interviennent à plusieurs reprises dans l'analyse pour fausser les interprétations simples des conditions sur le marché. Ainsi, par exemple, il a été démontré que l'exagération du nombre d'heures de réparation nécessaires dans les barèmes de taux établis n'avait pas d'effet s'il n'y avait pas par ailleurs d'entente pour fixer les prix. Les modèles présentés n'indiquent pas du tout que le marché de la réparation des automobiles fonctionne comme le marché concurrentiel idéalisé dont il est question dans les ouvrages économiques, où les agents possèdent une information parfaite des problèmes. Au contraire, les problèmes de l'excédent de capacité et de la redistribution sur le marché des réparations d'automobiles contribuent à la possibilité de tromper le consommateur, sauf dans des circonstances exceptionnelles. Ce que montre la présente recherche, c'est qu'il n'y a pas de lien direct entre les déclarations trompeuses et les pertes subies par le consommateur et qu'il faut être prudent lorsqu'on tente de déterminer dans quelle mesure la performance de cette industrie s'éloigne de l'idéal théorique.

L'étude empirique (chapitre III) repose sur le chapitre traitant de la théorie tant pour la motivation que pour les caractéristiques. Le choix de données reflétant le rendement réel du marché découle de plusieurs préoccupations qui ont été exposées au chapitre II. L'importance des pertes du consommateur dues au gonflage des diagnostics, en particulier, dépend de la nature de la demande de réparations par les consommateurs. En outre, les questions théoriques soulevées permettent d'expliquer, en partie, l'écart entre les résultats présentés ici et ceux des études "expérimentales" antérieures. Outre l'analyse de ces points pré-

cis, les données empiriques permettent d'évaluer le thème principal tel qu'il a été caractérisé plus haut. Le fait d'observer que les pertes du consommateur sont moins importantes qu'on ne le croyait concorde avec l'opinion proposée, qui est que les études antérieures s'étaient à tort fondées sur une vue extrêmement étroite des mécanismes du marché. Bien que les résultats de cette étude ne permettent pas de conclure que cette industrie est sans problème, ils donnent certainement à penser que les données de base des études antérieures n'ont pas été bien choisies et que les résultats en ont été interprétés sans toute la prudence convenable.

Les estimations contenues dans le présent document montrent que les consommateurs ne dépensent pas beaucoup plus pour la réparation de leur automobile qu'on n'aurait pu le penser compte tenu d'objectifs plausibles en termes de durabilité et de rendement. Pour les raisons déjà examinées en détail au chapitre III, on ne peut considérer que cette observation suffit à démontrer que le consommateur n'a aucun problème. Étant donné les problèmes de mesure évidents et, de façon générale, la difficulté de tirer des conclusions à partir des données sur les dépenses, il faut prévoir une marge assez large de confiance. En outre, ces résultats ne tiennent pas compte des coûts des recherches que les consommateurs peuvent devoir effectuer. Ces résultats sont néanmoins suffisamment probants pour mettre en doute les opinions reçues. Ils auraient une très forte incidence sur les politiques s'ils étaient confirmés par des recherches subséquentes.

Étant donné que la présente étude explore un terrain nouveau et que ses résultats contredisent ceux des études antérieures, il serait prématuré de préconiser une quelconque approche à long terme des politiques dans ce domaine. Nous ne dirons toutefois pas que cette étude n'a rien à offrir aux responsables des politiques puisqu'elle contredit clairement une conception très répandue selon laquelle il faut d'importantes réformes. Les résultats présentés ici donnent à penser que les responsables des politiques "marchent sur des oeufs", du moins pour l'instant. Pour une raison ou pour une autre, les consommateurs semblent pouvoir dans une large mesure se soustraire aux effets des pratiques trompeuses dont peut user cette industrie. Étant donné la nature de cette industrie, les réformes seraient sans doute très coûteuses et les avantages qu'elles pourraient offrir ne seraient peut-être pas aussi grands qu'on pourrait le penser.

Bien que ces résultats soient sujets à révision, il convient d'examiner les politiques qui pourraient en découler s'ils étaient confirmés. Certaines interprétations du rendement de l'industrie concordent avec la conclusion selon laquelle les pertes directes des consommateurs représentent entre 3 et 5 p. 100 des dépenses totales. L'une des caractéristiques plausibles, dont l'existence pourra être confirmée ou pas par des études ultérieures est la suivante. La majorité des réparations sont effectuées par des entreprises qui servent une clientèle locale, comptent sur une clientèle d'habitues, sur leur bonne réputation, etc., et évitent donc les pratiques trompeuses. Les pertes se limitent donc à quelques transactions où la perte est importante par rapport à la valeur totale de la transaction. (On examine plus loin l'autre hypothèse, celle de faibles pertes à chaque transaction.) Si l'existence de cette caractéristique peut être confirmée, les seules politiques qui conviendraient alors seraient celles qui combattent les pires abus. Dans ce cas, ce sont des lois de divulgation qui conviendraient. L'application plus sévère des lois actuelles sur les pratiques commerciales pourrait cependant avoir le même effet.

Si, d'autre part, les pertes sont faibles mais réparties sur toutes les transactions, sans doute le coût des réformes ne serait-il pas alors justifiable. Tout contrôle ou surveillance systématique de l'industrie serait probablement très coûteux et ne serait justifiable que si les pertes totales des consommateurs étaient effectivement assez importantes. Si les pertes totales sont peu élevées et touchent un grand nombre de transactions, les coûts à assumer pour déceler les fraudes et remédier à la situation dépasseraient sans doute tout avantage éventuel.

Certaines des questions sur lesquelles devraient porter les recherches ultérieures sont assez évidentes, compte tenu de ce qui vient d'être dit. Il conviendrait certainement de tenter de confirmer ou d'infirmer les résultats de la présente étude en examinant toute autre source de données. Pour beaucoup de problèmes soulevés dans la section traitant de l'analyse empirique, il semble exister des solutions empiriques. Il serait donc utile, par exemple, d'être mieux renseignés sur la durée moyenne des automobiles au Canada et de savoir comment elle varie en fonction des variables économiques. De même, il faudrait avoir plus de renseignements sur l'automobile canadienne pour ce qui est des propriétaires : combien de fois le véhicule type change de propriétaire et le rôle des détaillants dans ces transactions.

Les modèles théoriques présentés sont artificiellement simplifiés, mais ils n'en montrent pas moins la difficulté de prévoir les effets des pratiques trompeuses. Il serait néanmoins intéressant de développer davantage ces modèles en examinant ce qui se passerait si certaines des restrictions qui y furent introduites étaient assouplies. Ce raffinement du modèle pourrait permettre de ranger les ateliers dans différentes catégories (honnêtes et malhonnêtes) ou permettre aux producteurs de répartir les clients par groupe (sexe, profession, etc.) suivant la connaissance qu'ils ont vraisemblablement de leur automobile. Il se peut que le caractère abstrait de la présente étude commande que les organismes gouvernementaux cessent pour le moment d'assumer eux-mêmes cette recherche pour attendre les résultats de recherches plus rigoureusement universitaires dans ce domaine. Il n'est pas du tout certain que la construction de modèles produira des résultats susceptibles d'application pratique. Il faut, toutefois, souligner que les problèmes auxquels il reste à trouver une place dans un modèle sont au coeur de presque toutes les questions intéressant les consommateurs regroupées ici sous l'expression "pratiques trompeuses". On peut donc avancer que des recherches supplémentaires s'avèrent nécessaires en dépit de l'incertitude qui a été signalée. Les responsables des politiques devraient tout au moins faire en sorte de rester à l'écoute de la recherche universitaire dans ce domaine.

De façon générale, la poursuite de recherche sur l'incidence des moyens institutionnels ne saurait devancer la confirmation des données empiriques qui caractérisent présentement l'industrie. Il y a quelques exceptions. Il serait d'ores et déjà utile d'examiner les régimes provinciaux d'acquisition de certificat d'aptitude professionnelle. Il serait particulièrement intéressant de savoir si le système d'apprentissage crée des obstacles à l'entrée. Il faudrait aussi suivre dans leur évolution les effets de la nouvelle loi du Québec. Les dispositions touchant la communication de renseignements pourraient avoir beaucoup d'intérêt pour les autres provinces.

Au cours de la préparation de l'étude et d'entretiens avec les fonctionnaires de Consommation et Corporations Canada, certaines questions supplémentaires relatives aux consommateurs et aux réparations automobiles ont pu être formulées. En voici quelques-unes :

1. Existe-t-il un monopole significatif dans le domaine de l'approvisionnement en pièces de rechange et ce monopole occasionne-t-il des pertes au consommateur?

2. La fabrication modulaire de composantes importantes (par exemple, les systèmes d'échappement) entraîne-t-elle des frais de réparation supplémentaires qui sont supérieurs aux économies réalisées lors de la fabrication?

3. Quelle est l'influence des nouvelles techniques sur la structure de l'industrie? Par exemple, l'avènement des systèmes d'injection pour le carburant, des systèmes de diagnostic par ordinateur, etc., entraînera-t-il la fermeture de toutes les entreprises qui ne sont pas affiliées à des fabricants?

4. Les fabricants ont-ils intérêt à produire des véhicules suffisamment fiables?

5. Respectent-ils les garanties sur les voitures neuves?

6. L'apparition des garanties prolongées accentuera-t-elle la concentration de l'industrie des réparations?

7. Quelles pertes les barrières tarifaires et non tarifaires occasionnent-elles aux consommateurs?

8. Les réparations couvertes par l'assurance coûtent-elles trop cher? Ce système encourage-t-il la surévaluation des réparations et le contrôle du rendement des opérations?

Plusieurs de ces questions ne touchent pas uniquement l'industrie de la réparation automobile ni ne découlent du problème fondamental d'information traité dans la présente étude. Elles n'ont pas été abordées dans l'analyse empirique. Cela signifie que les pertes des consommateurs évaluées au chapitre III s'ajoutent à toute perte attribuable aux facteurs susmentionnés.

Il n'est pas question ici de prétendre que ces huit problèmes nécessitent l'intervention de l'État. Pour certains d'entre eux, cette intervention pourrait convenir. Pour d'autres, il se pourrait que la solution soit plus coûteuse que les dommages causés. Pour d'autres encore, dans le cas des tarifs par exemple, les pertes subies par le consommateur peuvent correspondre au coût jugé acceptable pour les politiques gouvernementales de redistribution des revenus.

Il importe, avant de terminer, de faire deux mises en garde. Premièrement, il ne faudrait pas penser que les résultats présentés ici signifient que les consommateurs peuvent être moins prudents lorsqu'ils font réparer leur automobile. Si les résultats sont bons dans cette industrie, cela peut être en grande partie attribuable aux efforts conscients des consommateurs pour trouver des entre-

prises de bonne réputation et éviter d'être trompés. Deuxièmement, les administrations publiques ne doivent pas conclure à partir des résultats que les plaintes individuelles contre des ateliers de réparation ne sont pas valables. Même si les pertes totales représentent entre trois et cinq pour cent, elles peuvent être assez élevées pour chaque individu si elles ne s'appliquent qu'à un très faible pourcentage des transactions.

Annexe A

LOIS PROVINCIALES CONCERNANT LA RÉPARATION AUTOMOBILE*

INTRODUCTION

Une recherche sur les dispositions légales de chacune des 10 provinces a montré que la législation sur la protection du consommateur dans le domaine de la mécanique automobile peut être rangée dans trois grandes catégories : 1) la législation générale sur les pratiques commerciales¹; on trouve dans cette catégorie les textes de loi en vertu desquels un consommateur peut exiger d'être dédommagé pour certaines pratiques des mécaniciens lorsque ces pratiques sont interdites comme telles dans la loi; 2) les lois spéciales protégeant les consommateurs dans leurs transactions avec des mécaniciens²; et 3) les dispositions légales générales

* La présente section a été rédigée par Tim Price sous la supervision générale de Stephen Margolis.

1. Voici les textes de loi qui font partie de cette catégorie :

- a) Business Practices Act, 1974, S.O. 1974, c. 131.
- b) Trade Practices Act, S.B.C., 1974, c. 96.
- c) Business Practices Act, S.P.E.I., 1977, c. 31.
- d) Trade Practices Act, S.N., 1978, c.10 (pas entrée en vigueur au moment de rédiger le rapport).
- e) The Trade Practices Inquiry Act, R.S.M., 1970, c. T110.
- f) Unfair Trade Practices Act, S.A., 1975(2), c. 33.
- g) Loi sur la protection du consommateur, S.O., 1978, c. 9 (pas entrée en vigueur au moment de rédiger le rapport).

2. La seule qui se classe dans cette catégorie est la Loi sur la protection du consommateur de la province de Québec.

prévoyant l'établissement de règlements applicables aux ateliers de réparation³. Ces mesures donnent aux gouvernements provinciaux le pouvoir de réglementer l'industrie. Nous examinerons également un peu plus loin les dispositions légales qui ont une incidence accessoire sur la réparation automobile et la protection des consommateurs.

LÉGISLATION GÉNÉRALE SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES

Il s'agit ici de la catégorie de lois où la plupart des provinces ont concentré leur effort législatif⁴. Dans cette section, on montre que la législation sur les pratiques commerciales peut être appliquée à la réparation des automobiles et nous comparons les diverses lois provinciales. Soulignons que, bien que les lois se ressemblent toutes beaucoup, leurs textes diffèrent légèrement, de sorte que les consommateurs de certaines provinces semblent être protégés contre un plus grand nombre d'activités frauduleuses que ceux d'autres provinces. On a dit que les diverses lois provinciales sur les pratiques commerciales ont été influencées dans une certaine mesure par différents modèles législatifs américains⁵. Le professeur Belobaba, de la faculté de droit d'Osgoode Hall, soutient dans son article que "le modèle américain qui a eu le plus d'influence"⁶ est la Uniform Consumer Sales Practices Act⁷. L'examen de cette loi montre que celle-ci paraît effectivement avoir joué un rôle prédominant dans la législation sur les pratiques commerciales, du moins dans la mesure où elle touche les questions qui nous intéressent ici.

3. Sont incluses dans cette catégorie :

- a) Motor Vehicle Act, R.S.N.B., 1973, c. M-17, art. 59, et
- b) Highway Traffic Act, R.S.P.E.I., 1974, c. H-6, art. 53.

4. Il est intéressant de noter que le Nouveau-Brunswick, la Saskatchewan et la Nouvelle-Écosse n'ont actuellement aucune législation de cette catégorie.

5. Belobaba, Unfair Trade Practices Legislation: Symbolism and Substance in Consumer Protection, 1975, 15, Osgoode Hall L.J., p. 327, à la p. 333.

6. Ibid., p. 334.

7. Uniform Consumer Sales Practices Act, lois uniformes annotées, Business and Financial Laws, Master Edition 7A, West Publishing Co.

DÉFINITIONS

Ontario

À notre avis, les réparations automobiles relèvent de la Business Practices Act⁸. Selon l'article 1(b) de cette loi, un "consommateur" est désigné comme étant "une personne physique mais n'inclut pas une personne physique qui [...] dirige une entreprise". Par conséquent, une personne qui confie son automobile à un mécanicien est probablement un "consommateur" aux termes de la loi, pourvu que cette action ne s'inscrive pas dans le cours d'affaires commerciales. L'article 1(c) définit un "exposé intéressant un consommateur" comme étant :

un exposé, une déclaration, une offre, une demande ou une proposition i) qui concerne ou envisage la fourniture de biens et services, ou les deux, à un consommateur, ou ii) qui a pour but ou est faite dans l'intention de recevoir une rémunération pour des biens ou services, ou les deux, qui ont été fournis ou sont censés avoir été fournis à un consommateur.

Ce serait fort probablement le mécanicien qui ferait un exposé à un consommateur qui veut obtenir ses services. Pour que la définition de la loi s'applique, il faut donc que le mécanicien fasse son exposé, etc., au consommateur en sachant que ce dernier utilisera ses services ou que lui-même sera rémunéré pour tout service rendu. Comme le métier de mécanicien consiste essentiellement à réparer des automobiles contre rémunération, il est à notre avis très probable que tout exposé, etc., du mécanicien à un consommateur corresponde à la définition d'un "exposé intéressant un consommateur".

Selon l'article 1(f), les "biens" comprennent les "biens personnels ou tout droit ou intérêt à leur égard". On peut donc supposer que cela inclut les automobiles. Les "services" sont définis comme comprenant, entre autres, les "services fournis relativement à des biens ou une propriété immobilière"⁹. Puisque les "biens" sont déjà définis comme pouvant comprendre les automobiles, toute réparation effectuée par un mécanicien sur une automobile correspondrait à

8. S.O., 1974, c. 131.

9. Ibid., art. 1(i).

la définition des services. Donc, lorsqu'une personne confie son automobile à un mécanicien pour la faire réparer et que ce dernier lui dit qu'elle est défectueuse, cette transaction relève de la Business Practices Act.

Colombie-Britannique

En Colombie-Britannique, en vertu de la Trade Practices Act¹⁰, un "consommateur" est défini comme étant "un particulier autre qu'un fournisseur qui participe à une transaction de consommation..."¹¹. Contrairement à ce qui se passe en Ontario, où le consommateur peut répondre à la définition de la loi du seul fait qu'il existe, la loi de la Colombie-Britannique impose deux exigences supplémentaires. Premièrement, le "particulier" ne doit pas être un "fournisseur". Le "fournisseur" est défini comme étant, entre autres, une "personne, autre qu'un consommateur, qui dans le cadre de ses affaires..."¹² prend part de différentes manières à des transactions de consommation. Ainsi, une personne qui fait appel à un mécanicien dans le cadre de ses affaires n'est pas un consommateur. Par conséquent, tout autre particulier qui s'adresse à un mécanicien pour faire effectuer des réparations est un "consommateur" à condition que son action ne s'inscrive pas dans le cadre de ses affaires. Une "transaction de consommation" comprend, entre autres, "le fait de fournir n'importe quel genre de bien personnel [...] ou de service... à un particulier à des fins qui sont avant tout personnelles ou familiales..."¹³. On peut considérer que cette définition inclut la fourniture de services de réparation d'une automobile à un particulier. On pourrait se demander si la réparation d'une automobile est faite "à des fins qui sont avant tout personnelles ou familiales", mais on suppose que chaque personne qui n'exploite pas une entreprise utilise fort probablement son automobile à des fins personnelles, de sorte que la réparation de son véhicule consiste à fournir un service dont le but est avant tout personnel.

10. S.B.C., 1974, c. 96, modifié.

11. Ibid., art. 1(1).

12. Ibid.

13. Ibid.

Les "services" sont définis comme étant des "services qui font l'objet d'une transaction de consommation, qui sont liés à un bien personnel quelconque ou en sont distincts et qui sont tangibles ou non"¹⁴. En joignant cette définition à celle de la "transaction de consommation", on peut dire que les réparations effectuées sur une automobile par un mécanicien, qu'elles comprennent ou non l'installation de nouvelles pièces, correspondent à la définition des "services" et sont donc assujetties à la loi. Selon nous, lorsqu'une personne confie son automobile à un mécanicien en vue de la faire réparer, il s'agit d'une transaction visée par la Trade Practices Act.

Île-du-Prince-Édouard

Les termes "consommateur"¹⁵, "exposé fait à un consommateur"¹⁶, "biens"¹⁷ et "services"¹⁸ ont la même définition dans la Business Practices Act de l'Île-du-Prince-Édouard que dans la Business Practices Act de l'Ontario, de sorte que l'analyse de l'article de loi ontarienne et tous les points qui ont été soulevés s'appliquent ici.

Terre-Neuve

La définition du terme "consommateur"¹⁹ que l'on trouve dans la Trade Practices Act de Terre-Neuve est la même que celle des lois de l'Ontario et de l'Île-du-Prince-Édouard. La "transaction de consommation" est définie comme étant, entre autres, "un contrat visant à offrir des services moyennant rémunération"²⁰. Les "services" comprennent les "services fournis à un consommateur pour lui-même, sa

14. Ibid.

15. Business Practices Act, S.P.E.I., 1977, c. 32, art. 2(a).

16. Ibid., art. 2(c).

17. Ibid., art. 2(f).

18. Ibid., art. 2(i).

19. Trade Practices Act, S.N. 1978, c. 10, art. 2(a).

20. Ibid., art. 2(b)(ii).

famille ou son ménage qui visent à l'entretien ou la réparation des biens [...] appartenant à un consommateur"²¹. Les "biens" sont définis à l'article 2(d) comme étant des "biens personnels, ou tout droit ou intérêt à leur égard, dont se sert un consommateur pour lui-même, sa famille ou son ménage...". À notre avis, une automobile correspond à la définition des "biens" puisqu'il s'agit d'un bien personnel. Donc, par association, tout travail effectué sur une automobile correspondrait à la définition des "services" pourvu qu'il "vise à l'entretien ou la réparation" de l'automobile et qu'il s'agisse d'une automobile "appartenant à un consommateur". Pour terminer, un mécanicien est d'après nous un "fournisseur" aux termes de la loi, puisque l'article 2(g) le définit comme étant "une personne qui dans le cadre de son travail offre [...] de vendre [...] des services à un consommateur ou qui prend part à une transaction de consommation avec un consommateur...". Donc, ici encore, les réparations effectuées par un mécanicien pour un consommateur correspondent à l'objet de la Trade Practices Act.

Alberta

Les définitions suivantes de l'Unfair Trade Practices Act²² de l'Alberta sont pertinentes. Un "consommateur" est défini comme étant, entre autres, "une personne qui reçoit ou a le droit de recevoir des biens ou des services ou les deux dans le cadre d'une transaction de consommation"²³ et "une personne qui est ou peut être tenue par la loi de verser en entier ou en partie à un fournisseur la rémunération prévue dans une transaction de consommation ou de rétribuer autrement un fournisseur pour des biens ou services ou les deux, qu'il ait ou non le droit de recevoir les biens ou services ou qu'il les ait reçus ou non"²⁴. Une "transaction de consommation" est "un accord ou un arrangement en vertu duquel des services sont fournis moyennant rémunération"²⁵.

21. Ibid., art. 2(f)(i).

22. S.A., 1975(2), chap. 33, modifié.

23. Ibid., art. 1(a)(i).

24. Ibid., art. 1(a)(iii).

25. Ibid., art. 1(c)(ii).

Les "biens" sont définis à l'article 1(f) comme étant des "biens personnels, ou tout droit ou intérêt à leur égard, dont se sert un individu principalement pour lui-même, sa famille ou son ménage...". On pourrait facilement faire valoir qu'une automobile correspond à cette définition, étant donné que c'est un "bien personnel" et que dans la plupart des cas le propriétaire s'en sert "principalement pour lui-même, sa famille ou son ménage...". Les "services" comprennent, entre autres, les "services visant l'entretien ou la réparation de certains biens..."²⁶. Les services de réparation d'une automobile correspondent sans aucun doute à cette définition.

Par conséquent, une personne qui s'adresse à un mécanicien est un "consommateur" et elle achète des "services" dans le cadre d'une "transaction de consommation". Tout travail que pourra effectuer le mécanicien sur l'automobile est un travail effectué sur les "biens" du consommateur. Enfin, on peut considérer qu'un mécanicien correspond à la définition du "fournisseur" qu'on trouve dans la loi. Cette définition comprend "une personne qui par son activité professionnelle est tenue, dans le cadre d'une transaction de consommation [...] de fournir des services"²⁷ et "une personne qui reçoit ou est en droit de recevoir la totalité ou une partie de la rémunération versée ou exigible dans une transaction de consommation, soit à titre de partie contractante ou de cessionnaire ou à un autre titre, ou qui a par ailleurs le droit d'être rémunérée par un consommateur pour des biens ou des services ou les deux"²⁸. Il est clair que cette dernière définition peut comprendre un mécanicien qui travaille pour une personne avec qui le "consommateur" conclut une "transaction de consommation", puisque cette personne est "en droit de recevoir la totalité ou une partie de la rémunération versée ou exigible en vertu d'une transaction de consommation [...] ou à un autre titre". Sinon, l'employeur du mécanicien pourrait tout au moins être considéré comme un "fournisseur" en vertu de cette définition.

26. Ibid., art. 1(g)(i).

27. Ibid., art. 1(h)(i).

28. Ibid., art. 1(h)(iii).

Manitoba

Le texte de la Trade Practices Inquiry Act²⁹ du Manitoba est tout à fait différent de celui des autres lois sur les pratiques commerciales. Nous y reviendrons donc plus loin.

Québec

La Loi sur la protection du consommateur³⁰ du Québec est rédigée de telle sorte qu'elle comporte plusieurs "titres". Le titre II traite des "Pratiques de commerce". Les définitions qui s'appliquent à ce titre sont celles du "consommateur", défini au paragraphe 1(e) comme étant "une personne physique, sauf un commerçant qui se procure un bien ou un service pour les fins de son commerce", et du "commerçant", défini à l'alinéa 1(p)2 comme étant "toute personne qui a un commerce...". Cela ne comprend pas nécessairement un mécanicien qui travaille pour un patron, mais doit certainement comprendre son employeur³¹.

PRATIQUES INTERDITES

La présente section porte sur les pratiques dites "déloyales" ou "trompeuses" dans les divers textes de loi. Certaines de ces pratiques figurent dans toutes les lois et seront considérées par rapport à toutes les lois ensemble. Certaines diffèrent légèrement d'une province à l'autre, elles seront donc examinées séparément.

29. R.S.M., 1970, chap. T110.

30. S.Q., 1977, c. 9, (pas entrée en vigueur au moment de rédiger l'étude).

31. Même si le titre "Pratiques de commerce" est considéré comme ne s'appliquant pas aux transactions entre les consommateurs et les mécaniciens concernant la réparation d'une automobile, étant donné que le terme "commerçant" ne comprend pas nécessairement un mécanicien à l'emploi d'une autre personne, le consommateur québécois est quand même protégé d'une façon spéciale par d'autres articles de la loi qui sont plus pertinents. (Voir note 2 ci-dessus.) Nous parlerons de cette protection spéciale plus loin dans l'annexe.

FAUSSES REPRÉSENTATIONS : BIENS USAGÉS VENDUS COMME NEUFS

Cette expression générale englobe les termes plus exacts et plus précis que l'on trouve dans les divers articles. Dans les lois de l'Ontario³² et de l'Île-du-Prince-Édouard³³, l'article se lit comme suit :

Aux fins de la présente loi, les pratiques suivantes doivent être considérées comme déloyales: le fait de dire que des biens sont neufs ou n'ont jamais été utilisés, alors que ce n'est pas le cas ou qu'ils ont été remis à neuf ou réparés, sous réserve qu'aux fins du présent paragraphe l'utilisation raisonnable que le vendeur peut faire des biens pour les entretenir, les préparer, les vérifier et les livrer ne fasse pas de ces biens des biens qui ne sont plus neufs.

L'article 2(3)e) Trade Practices Act de la Colombie-Britannique se lit comme suit :

[...]une ou plus d'une des affirmations suivantes, peu importe la façon dont elles sont formulées, constituent une pratique trompeuse : le fait de dire que l'objet d'une transaction de consommation est neuf ou n'a jamais été utilisé, lorsque ce n'est pas le cas ou lorsqu'il est endommagé, modifié, remis à neuf ou réparé.

Contrairement aux lois de l'Ontario et de l'Île-du-Prince-Édouard, qui considèrent les pratiques susmentionnées comme étant déloyales, la loi de la Colombie-Britannique définit une pratique trompeuse comme étant "toute communication verbale, écrite, visuelle, descriptive ou autre, y compris toute omission, ou tout acte capable d'induire en erreur ou de tromper une personne, qui tend à le faire ou a un effet tel"³⁴. Aux termes de la loi de la Colombie-Britannique, toute déclaration d'un mécanicien visant à induire en erreur le consommateur serait ainsi considérée comme une pratique

32. Business Practices Act, art. 2(1)(iv).

33. Business Practices Act, art. 3(a)(iv).

34. Trade Practices Act, art. 2(1)(a)(b).

frauduleuse. L'article 5(1)f) de la Trade Practices Act de Terre-Neuve se lit comme suit:

Aux fins de la présente loi, constitue une pratique déloyale toute communication, acte ou dissimulation de faits matériels ayant pour effet d'induire en erreur ou de tromper un consommateur; sans restreindre le caractère général de ce qui précède, une pratique déloyale comprend...une déclaration selon laquelle des biens sont neufs ou n'ont jamais été utilisés alors que ce n'est pas le cas ou qu'ils sont remis à neuf, réparés, modifiés ou endommagés.

Dans la loi albertaine, l'article se lit comme suit :

Aux fins de la présente loi, les pratiques et les actes suivants sont déloyaux : une déclaration selon laquelle des biens sont neufs lorsqu'ils ne le sont pas ou selon laquelle des biens sont neufs alors qu'ils sont endommagés, modifiés, remis à neuf ou réparés³⁵.

L'article de la loi québécoise se lit comme suit : "Aucun commerçant [...] ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit : prétendre qu'un bien est neuf, remis à neuf ou utilisé à un degré déterminé"³⁶. Ce que disent clairement ces articles, c'est qu'un mécanicien (dans le cas qui nous occupe ici) ne doit pas dire au propriétaire de l'automobile qu'il a installé une pièce neuve s'il ne l'a pas fait ni même, en fait, qu'une pièce de remplacement est "neuve" lorsqu'en réalité elle est "remise à neuf". Il arrive souvent que des mécaniciens remplacent des pièces par des pièces qui ont été refaites ou qui proviennent de voitures accidentées. L'atelier de réparation doit indiquer exactement au consommateur ce qu'il a remplacé sur le véhicule, sinon son attitude peut être malhonnête.

35. Unfair Trade Practices Act, art. 4(1)(d)(v); (vi).

36. Loi sur la protection du consommateur, art. 221(e).

RECOMMANDATION DE RÉPARATIONS INUTILES

Il est stipulé dans toutes les lois qu'un réparateur ne doit pas dire à un consommateur qu'il doit faire effectuer des réparations ou faire remplacer des pièces lorsqu'en fait cela n'est pas nécessaire. Cette question est au coeur même de notre étude. Dans les lois de l'Ontario³⁷, de la Colombie-Britannique³⁸ et de l'Île-du-Prince-Édouard³⁹, l'article se lit comme suit : "[...] dire qu'un service, une pièce, un remplacement ou une réparation est nécessaire quand ce n'est pas le cas" constitue une pratique déloyale ou trompeuse. À Terre-Neuve⁴⁰ et en Alberta⁴¹, l'article dit : "déclarer qu'une pièce, un remplacement, une réparation ou un ajustement est nécessaire lorsque ce n'est pas le cas" est une pratique malhonnête. Selon l'article 222(e) de la Loi sur la protection du consommateur du Québec : "Aucun commerçant [...] ne peut, par quelque moyen que ce soit, prétendre faussement qu'un bien ou un service est nécessaire pour changer une pièce ou effectuer une réparation". Il est clair que ces articles touchent la cause même de nombreuses plaintes sur les réparations d'automobiles. Quand une personne se fait dire qu'elle a besoin de faire effectuer une réparation, alors que ce n'est pas le cas, ou de faire remplacer des pièces qui, en fait, n'ont pas besoin de l'être, la personne qui lui fait cette déclaration se livre alors à une pratique malhonnête. Dans leurs commentaires accompagnant la version préliminaire de l'Uniform Consumer Sales Practices Act⁴², les auteurs avaient indiqué au sujet de l'article analogue dans cette loi : "Ce paragraphe interdit de laisser faussement entendre qu'un tube à rayons cathodiques pour télévision doit être remplacé ou qu'une toiture doit être réparée"⁴³. On pourrait avancer que cet article

37. Business Practices Act, art. 2(a)(ix).

38. Trade Practices Act, art. 2(3)(k).

39. Business Practices Act, art. 3(a)(ix).

40. Trade Practices Act, art. 5(1)(m).

41. Unfair Trade Practices Act, art. 4(1)(d)(xii).

42. Supra, note 7.

43. Ibid., p. 8, remarque concernant le paragraphe (b)(7).

s'applique également aux fausses représentations des mécaniciens à l'égard des réparations qui ne sont pas nécessaires.

Il existe aussi d'autres actions ou pratiques interdites dans les lois de l'Alberta, de Terre-Neuve, de la Colombie-Britannique et du Québec et que l'on ne trouve pas dans la loi de l'Ontario ou de l'île-du-Prince-Édouard⁴⁴. Il est interdit, dans ces quatre provinces, de facturer un prix plus élevé que l'estimation donnée sans consulter au préalable le consommateur. L'article de la loi de la Colombie-Britannique se lit comme suit :

Lorsque l'estimation d'une transaction de consommation est sensiblement inférieure, comme pourra le déterminer le règlement, au prix que fixe ou exige par la suite le fournisseur pour la transaction et lorsque ce dernier a rempli la commande sans autorisation expresse du consommateur, il a usé d'un procédé ou d'une pratique malhonnête⁴⁵.

L'article de la loi de Terre-Neuve stipule qu'il est déloyal de "donner une estimation ou une évaluation de biens ou de services qui est sensiblement inférieure au prix subséquentement fixé ou exigé, si le fournisseur a rempli la commande sans obtenir préalablement l'autorisation expresse du consommateur"⁴⁶. En Alberta, il y a pratique trompeuse lorsque le fournisseur "donne une évaluation du prix des biens ou des services qui est sensiblement inférieure au prix qu'il a par la suite fixé ou exigé et qu'il a rempli la commande sans autorisation expresse du consommateur"⁴⁷.

44. La liste des procédés interdits dans toutes les lois susmentionnées est assez longue. Néanmoins, le présent document porte sur les pratiques ou les procédés mentionnés comme tels et qui peuvent sans aucun doute être étendus aux réparations automobiles. Le lecteur doit consulter la loi qui l'intéresse pour avoir la liste complète des pratiques ou des procédés interdits.

45. Trade Practices Act, art. 2(3)(p).

46. Trade Practices Act, art. 5(1)(s).

47. Unfair Trade Practices Act, art. 4(1)(d)(xvii).

Pour contrevenir à ces articles, le mécanicien doit avoir enfreint deux obligations : 1) le prix final exigé doit être "sensiblement" plus élevé que l'estimation donnée au départ. En Colombie-Britannique, cette expression du degré doit être définie par le règlement. À Terre-Neuve et en Alberta, cette question semble relever des organismes qui administrent la loi ou des tribunaux; 2) le réparateur doit avoir effectué des réparations qui dépassent le prix estimatif sans avoir obtenu "l'autorisation expresse du consommateur". Le silence du consommateur ne doit donc pas être interprété comme un consentement. Au contraire, le consommateur doit indiquer clairement qu'il autorise les travaux supplémentaires.

Au Québec, l'article 224(c) de la Loi sur la protection du consommateur est assez semblable : "Aucun commerçant, manufacturier ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit: exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé". Cet article porte cependant sur la publicité en général qui est faite auprès du public; il suffit donc, pour le contourner, de n'annoncer aucun prix avant d'avoir déterminé la nature des travaux à effectuer.

La loi de Terre-Neuve comporte une interdiction supplémentaire que l'on ne trouve pas dans les autres lois. Elle se lit comme suit : "une déclaration selon laquelle des réparations ont été effectuées ou des pièces ont été installées lorsque ce n'est pas le cas"⁴⁸ constitue une pratique déloyale. Un mécanicien enfreint la loi s'il dit à un client qu'il a effectué une réparation qu'en réalité il n'a pas faite.

QUAND Y A-T-IL PRATIQUE DÉLOYALE?

Les lois de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et de Terre-Neuve précisent à quel moment il y a pratique interdite. L'article 2(2) de la Trade Practices Act de la Colombie-Britannique se lit comme suit : "Il peut y avoir pratique ou procédé trompeur de la part d'un fournisseur eu égard à une transaction de consommation avant, pendant ou après la transaction de consommation". À Terre-Neuve, l'article 5(2) de la loi sur les pratiques commerciales stipule : "Il peut y avoir pratique commerciale déloyale avant, pendant ou après une transaction de consommation, même si la

48. Trade Practices Act, art. 5(1)(n).

transaction n'est pas terminée et si le consommateur n'a encore subi aucune perte ou aucun préjudice". En Alberta, c'est l'article 4(2) qui précise à quel moment il y a pratique déloyale : "Inciter des personnes à prendre part à une transaction de consommation peut constituer une pratique ou une façon de procéder déloyale, même si la transaction n'est pas complétée ou n'a pas eu lieu". Les lois de l'Ontario et de l'île-du-Prince-Édouard ne précisent pas à quel moment il peut y avoir pratique déloyale.

DÉROGATION À LA LOI PAR CONVENTION

Les lois de l'Ontario⁴⁹, de la Colombie-Britannique⁵⁰, de l'île-du-Prince-Édouard⁵¹, de Terre-Neuve⁵², de l'Alberta⁵³ et du Québec⁵⁴ empêchent toutes un commerçant, un fournisseur, etc. (y compris, à notre avis, un mécanicien) de déroger par convention aux dispositions de la loi.

RECOURS DU CONSOMMATEUR EN CAS D'INFRACTION À LA LOI⁵⁵

Ontario

L'article 4(1) de la Business Practices Act se lit comme suit :

49. Business Practices Act, art. 4(8).

50. Trade Practices Act, art. 28.

51. Business Practices Act, art. 5(8).

52. Trade Practices Act, art. 3(1).

53. Unfair Trade Practices Act, art. 20(1).

54. Loi sur la protection du consommateur, art. 261.

55. Il est à noter que toutes les lois prévoient divers recours administratifs. Ces derniers sont cependant destinés au grand public et sont portés devant des fonctionnaires chargés de l'application des différentes lois. La présente étude traite des recours directs du consommateur. Pour ce qui est des recours administratifs propres à chaque province, nous recommandons au lecteur de consulter le texte de loi voulu. Chaque loi prévoit également des dispositions pénales en cas d'infraction. Le lecteur peut aussi consulter ces articles dans chacune des lois.

Sous réserve du paragraphe 2 [qui ne s'applique pas ici], un consommateur, qui a conclu une entente écrite, verbale ou implicite à la suite d'une déclaration qui constitue une pratique déloyale et qui, lui ayant été faite, l'a incité à y souscrire, peut a) annuler cette entente et user de tout recours prévu par la loi, y compris réclamer des dommages-intérêts, ou b) se faire rembourser la différence entre le prix payé et prévu dans l'entente et la juste valeur des biens ou services reçus aux termes de l'entente ou obtenir des dommages-intérêts ou les deux, lorsque l'annulation est impossible parce que la restitution des biens perdus n'est plus possible ou parce que l'annulation priverait une tierce personne d'un droit prévu dans l'entente, qui a été acquis de bonne foi et moyennant une certaine somme.

Juridiquement, il se pourrait que les conditions prévues à l'article 4(1)(b) ne s'appliquent pas dans la plupart des contrats de réparation passés entre un consommateur et un mécanicien, car il est peu probable qu'il y ait une tierce partie acheteuse et aussi parce que la restitution devrait être possible dans presque tous les cas puisque ce que voudra sans doute le consommateur, c'est d'être remboursé, et qu'il n'y a pas lieu de procéder à une restitution si la plainte concerne un travail qui n'a pas été effectué mais pour lequel le consommateur a payé. Par conséquent, il est fort probable que le consommateur aura recours à l'article 4(1)(a) pour être dédommagé. En vertu de cet article, le consommateur peut annuler le contrat et avoir ensuite recours au droit coutumier relatif aux contrats et aux actes délictuels pour obtenir des dommages-intérêts. Il faut cependant souligner qu'en raison de l'article 4(2), qui stipule que le tribunal peut accorder des "dommages-intérêts exemplaires ou punitifs" si la pratique déloyale constitue une "déclaration abusive faite au consommateur"⁵⁶ (la signification de pratique est définie et restreinte dans la loi), le consommateur peut ne pas pouvoir se faire payer des dommages-intérêts punitifs par le mécanicien pour une fausse déclaration de la part de ce dernier ou une rupture de contrat. Le consommateur ontarien peut donc être obligé de se contenter, lorsqu'il y a résiliation du contrat, d'un remboursement des sommes payées inutilement au mécanicien ou, tout au plus, de toutes les sommes déboursées en vertu du contrat.

56. Business Practices Act, art. 2(b). Il ne s'applique pas dans le cas présent.

L'article 4(1)(b) pourrait bien éventuellement ne pas s'appliquer si le consommateur tentait d'obtenir une résiliation du contrat et que toute restitution était impossible (par exemple, si le mécanicien avait non seulement menti au consommateur mais avait également installé inutilement des pièces sur l'automobile et s'était débarrassé des pièces originales), le consommateur devrait alors se contenter du remboursement de toutes les sommes excédentaires versées au mécanicien ou de certains dommages-intérêts. En pareil cas, il lui serait impossible de récupérer toutes les sommes payées en vertu du contrat. Dans ce cas, il semble qu'un tribunal pourrait néanmoins accorder dans ce cas des dommages-intérêts de manière à ce que le consommateur soit remboursé du montant total qu'il aurait versé en vertu du contrat.

Île-du-Prince-Édouard

Le texte de l'article 5(1) de la Business Practices Act est identique à celui de la loi correspondante de l'Ontario dont il a été question précédemment; les mêmes remarques s'appliquent donc.

Colombie-Britannique

Le paragraphe 20(1) de la Trade Practices Act stipule :

Un consommateur qui subit une perte ou des dommages par suite d'une transaction de consommation à cause d'une action ou d'une pratique trompeuse ou abusive d'un fournisseur peut intenter une action contre ce dernier [...] en vue d'obtenir des dommages-intérêts équivalant au montant de la perte ou des dommages.

Comme l'indique le paragraphe suivant, le consommateur n'est pas obligé de se limiter aux dommages-intérêts ordinaires dans son action :

Lorsqu'une action est intentée en vertu du paragraphe 1) [ci-dessus], le tribunal peut, s'il le juge à propos, accorder des dommages-intérêts punitifs ou exemplaires ou une réparation équitable au moyen de la résiliation du contrat, la restitution des biens perdus au lieu, ou en plus, du paiement de dommages-intérêts ou d'une autre réparation qu'il considère juste.

L'examen de ces deux paragraphes révèle que le droit au dédommagement est plus large en Colombie-Britannique qu'en Ontario ou à l'île-du-Prince-Édouard. Un tribunal peut accorder des dommages-intérêts punitifs lorsqu'une pratique trompeuse n'est pas léonine⁵⁷, tandis qu'en Ontario et à l'île-du-Prince-Édouard, le tribunal peut accorder à la fois l'annulation du contrat et des dommages-intérêts s'il le juge équitable. Il peut au lieu de cela ou en plus ordonner la restitution. Il est intéressant de noter que, contrairement à l'Ontario et à l'île-du-Prince-Édouard, la Loi de la Colombie-Britannique ne comporte pas de restrictions quant au droit de demander une annulation de contrat. En Colombie-Britannique, le consommateur peut donc vraisemblablement obtenir à la fois des dommages-intérêts et la résiliation de son contrat. Il est également intéressant de souligner que, dans cette province, un fournisseur peut intenter une action en vue de faire annuler un contrat et obtenir un remboursement des sommes versées par lui ou par le consommateur en vertu du contrat, lorsque le consommateur a été incité à faire une transaction par le moyen d'une pratique trompeuse⁵⁸.

Terre-Neuve

À Terre-Neuve, un consommateur peut intenter une action lorsqu'il "a conclu une transaction de consommation avec un fournisseur et a subi des dommages à cause d'une pratique commerciale déloyale"⁵⁹. Aux termes de l'article portant sur les recours, le tribunal peut accorder n'importe quels dommages-intérêts, etc., qu'il juge appropriés. Il peut s'agir entre autres de "dommages-intérêts pour toute perte subie par le consommateur, y compris des dommages-intérêts exemplaires ou punitifs"⁶⁰. Le tribunal peut également "ordonner l'annulation de la transaction de consommation"⁶¹ ou "rétablir la transaction de consommation et

57. Tel que défini à l'art. 3(2) de la Trade Practices Act de la Colombie-Britannique.

58. Ibid., art. 21.

59. Trade Practices Act, art. 14(1).

60. Ibid., art. 14(2)(b).

61. Ibid., art. 14(2)(c).

obliger le fournisseur à remettre au consommateur le montant que ce dernier lui a versé ou permettre au client de ne pas payer le montant excédant le prix que le tribunal juge équitable pour la transaction⁶². Ces pouvoirs du tribunal sont cumulatifs en ce sens que le tribunal peut combiner ces réparations comme il l'entend. Le tribunal peut donc ordonner que le mécanicien rembourse le consommateur et accorder des dommages-intérêts, considérer qu'un travail est raisonnable et ordonner le remboursement de toute somme jugée excédentaire ou combiner plusieurs formes de dédommagement s'il le juge à propos. Le consommateur dispose également d'autres droits explicites, car il peut recourir à n'importe quelle autre action en vertu du droit coutumier ou de toute autre loi et les recours prévus par la Trade Practices Act ne limitent en rien les autres recours disponibles⁶³.

Alberta

En Alberta, un consommateur peut entamer une poursuite lorsqu'il "a subi des dommages ou des pertes dans le cadre d'une transaction de consommation qu'il a conclue à cause d'une façon de procéder ou d'une pratique déloyales"⁶⁴. Il peut entamer une poursuite contre "tout fournisseur qui a usé du procédé ou de la pratique déloyale ayant entraîné les dommages ou les pertes ou y a acquiescé"⁶⁵ et tenter ainsi d'obtenir "réparation pour les dommages ou pertes"⁶⁶. Comme c'est le cas à Terre-Neuve, le tribunal dispose de divers pouvoirs pour accorder des dommages-intérêts dans les actions intentées en vertu de la loi. Il peut "accorder des dommages-intérêts pour les dommages ou les pertes subies"⁶⁷, "accorder des dommages-intérêts punitifs ou exemplaires"⁶⁸ ou ordonner i) que la transaction de consommation

62. Ibid., art. 14(2)(e).

63. Ibid., art. 14(4). La Trade Practices Act de la Colombie-Britannique contient une disposition semblable, à l'article 28.

64. Unfair Trade Practices Act, art. 11(1)(a) et (b).

65. Ibid.

66. Ibid.

67. Ibid., art. 11(2)(b).

68. Ibid., art. 11(2)(c).

soit exécutée d'une manière précise, ii) que les biens ou les sommes soient restitués ou iii) que la transaction de consommation soit annulée⁶⁹.

En vertu de l'Unfair Trade Practices Act, un consommateur peut exiger, s'il le désire, que le fournisseur effectue une certaine réparation s'il a prétendu l'avoir faite. Il importe de souligner une fois de plus que ces recours ne semblent pas s'exclure mutuellement mais plutôt être cumulatifs, suivant la décision du tribunal. Il faudrait aussi signaler qu'en vertu des lois sur les pratiques commerciales de l'Alberta et de Terre-Neuve, ainsi que de celle de la Colombie-Britannique, le tribunal peut accorder des dommages-intérêts punitifs ou exemplaires même lorsqu'il ne s'agit pas d'une pratique déraisonnable. À l'instar des lois de Terre-Neuve et de la Colombie-Britannique, les recours prévus par la loi de l'Alberta s'ajoutent plutôt qu'ils ne se substituent aux autres recours qu'une personne peut avoir en vertu du droit coutumier ou d'une autre loi⁷⁰.

Québec

Selon la Loi sur la protection du consommateur, "si le commerçant [...] manque à une obligation que lui impose la présente loi ou un règlement"⁷¹, le consommateur peut demander "l'exécution de l'obligation, la réduction de son obligation, la résiliation du contrat, la résolution du contrat ou la nullité du contrat"⁷². Il est à noter que tous ces recours constituent des choix. Néanmoins, le consommateur peut également demander des dommages-intérêts exemplaires⁷³. Une fois de plus, les dispositions de la loi québécoise s'ajoutent à celles de toute autre loi "qui accorde un droit ou un recours au consommateur"⁷⁴.

-
69. Ibid., art. 11(2)(d), (i), (ii) et (iii).
70. Ibid., art. 20(2).
71. Loi sur la protection du consommateur, art. 272.
72. Ibid., art. 272(a), (c), (d), (e), (f).
73. Ibid.
74. Ibid., art. 270.

CONCLUSION

Lorsqu'on examine les différentes lois qui existent au Québec et dans les provinces où prévaut le droit coutumier, on peut certainement conclure que les marchés entre propriétaires d'automobiles et mécaniciens n'échappent pas à la législation générale relative aux pratiques commerciales. Bien que les lois interdisent beaucoup de pratiques différentes, certaines s'appliquent mieux que d'autres au sujet qui nous intéresse. Toutefois, il se peut que l'interdiction d'autres pratiques mentionnées confèrent des formes de protection dont il n'a pas été fait mention dans le présent document. En admettant que la généralité des pratiques interdites s'étende aux déclarations que peuvent faire des mécaniciens relativement à des réparations qui ne seraient pas nécessaires, etc., le consommateur qui a ajouté foi à ces déclarations et payé en toute bonne foi a non seulement le droit de demander l'annulation du contrat dans la plupart des cas, mais également celui de réclamer des dommages-intérêts et même, parfois, des dommages-intérêts exemplaires ou punitifs.

Manitoba: Trade Practices Inquiry Act⁷⁵

Alors que les lois des autres provinces traitaient directement des relations entre le consommateur et le fournisseur, celle du Manitoba porte davantage sur les enquêtes publiques relatives à certaines pratiques de commerce et ne vise aucunement à accorder un recours à un consommateur particulier qui croit avoir été victime d'une pratique commerciale déloyale. Le but de la loi est indiqué dans le préambule modifié qui se lit comme suit :

Attendu qu'il est jugé opportun, dans l'intérêt du public, d'établir des dispositions prévoyant la réception de plaintes concernant des pratiques qui peuvent parfois être présumées exister dans un secteur commercial, une entreprise, une industrie, une recherche, une occupation, un corps de métier, une profession ou une activité, en vue de mener une enquête à ce sujet et de réglementer les prix demandés pour un article ou un produit vendu ou fourni dans le cadre d'une activité commerciale, d'une entreprise, d'une industrie, d'une recherche, d'une occupation, d'un corps de métier, d'une profession ou d'une activité.

75. R.S.M., 1979, chap. T110.

En vertu de l'article 2(b), le terme "commerce" est défini comme étant "tout commerce, toute entreprise, [...] toute occupation [...] et comprend n'importe quelle activité effectuée par une personne quelconque ou par laquelle on cherche à obtenir l'appui ou la clientèle du public dans un but quelconque". L'article 3 amendé dit : "tout groupe de quatre personnes résidant au Manitoba et âgées d'au moins dix-huit ans" peut présenter par écrit une plainte au ministre concerné si ces personnes ont de bonnes raisons de penser "qu'une ou plus d'une personne ayant une activité commerciale au Manitoba [...] exigent un prix injuste ou abusif pour [...] une remise à neuf, une réparation [...] un travail d'entretien [...] ou pour effectuer une tâche quelle qu'elle soit en rapport avec un article ou un produit quelconque"⁷⁶, ou "que certaines conditions, quelles qu'elles soient, qui sont préjudiciables [...] au public [...] existent ou prévalent dans un commerce en tant que tel ou dans sa conduite, son exploitation ou sa gestion, qu'une ou plus d'une personne soient responsable de l'activité"⁷⁷.

Ces articles indiquent clairement que l'objet de la loi, ce sont les plaintes du public concernant le fonctionnement d'un secteur commercial considéré globalement. Si quatre personnes jugent qu'un mécanicien demande des prix injustes ou abusifs pour les réparations d'automobiles, elles peuvent adresser une plainte au ministre. Ce dernier peut alors prendre plus de renseignements et décider qu'une plainte est valable et justifie une enquête ou qu'elle est sans fondement et doit être rejetée.

Le seul recours qui importe ici aux fins de la présente étude est le fait qu'une Commission d'enquête puisse recommander le contrôle du prix d'un produit ou d'un article et que le lieutenant-gouverneur en Conseil, s'il juge que l'article ou le produit est, entre autres choses, "essentiel à l'activité quotidienne d'un grand nombre de gens dans la province [...] peut fixer le prix maximal qui peut être demandé pour l'article ou le produit sous forme de [...] frais de service"⁷⁸. L'inconvénient de cet article est qu'il peut être difficile de démontrer que les services de réparation

76. Ibid., art. 3(a)(iii).

77. Ibid., art. 3(b).

78. Ibid., art. 11(2), amendé.

vendus par un mécanicien constituent un "article ou un produit". S'il est impossible de le prouver, la loi peut n'offrir aucun recours aux personnes qui ont des plaintes à formuler contre une industrie de services. En outre, la principale difficulté que posent les réparations automobiles concerne la quantité et la qualité, non le prix. Peut-être n'est-il pas possible de réglementer le prix parce qu'il est difficile de définir la quantité. Comme on peut le constater, la loi manitobaine concerne les enquêtes sur l'ensemble d'une industrie et ne vise pas à dédommager un consommateur particulier qui aurait subi une perte attribuable à une pratique de commerce déloyale. Cette loi se distingue donc des lois générales des autres provinces sur les pratiques commerciales.

LOIS SPÉCIFIQUES PROTÉGÉANT LES CONSOMMATEURS DANS LEURS TRANSACTIONS AVEC LES MÉCANICIENS

Comme nous l'avons déjà dit, le Québec est la seule province qui possède actuellement une législation dans cette catégorie. La Loi sur la protection du consommateur⁷⁹ contient des articles portant sur la "Réparation d'automobile et de motocyclette"⁸⁰ proprement dite. (Le titre II de cette loi a été considéré plus haut à titre de législation générale sur les pratiques commerciales.)

DÉFINITIONS

En vertu de l'article 167(a) de la loi québécoise, un "commerçant" est "une personne qui effectue une réparation moyennant rémunération". Une "réparation" est définie comme étant "un travail effectué sur une automobile, à l'exception d'un travail prévu par règlement"⁸¹. Suivant le règlement adopté en vertu de la Loi, le travail suivant ne constitue pas une réparation au sens de la définition qui précède: "un travail dont le coût total, incluant le prix des pièces et le coût de la main-d'oeuvre, n'excède par \$50" et "l'installation, sur une automobile ou sur une motocy-

79. S.Q., 1978, c. 9.

80. Ibid., art. 167-181.

81. Ibid., art. 167(b).

clette, de pneumatiques ou d'une batterie lorsque l'achat et l'installation font l'objet d'une même facture⁸². Ces paragraphes constituent, à l'heure actuelle, les deux seules exceptions dans la définition du terme "réparation".

DISPOSITIONS TOUCHANT LE FOND

Il y a plusieurs prescriptions concernant l'évaluation. Avant d'effectuer une réparation, le commerçant doit fournir une évaluation écrite au consommateur⁸³. Le commerçant ne peut se libérer de cette obligation sans une renonciation écrite en entier par le consommateur et signée par ce dernier⁸⁴. L'évaluation n'est pas requise lorsque la réparation doit être effectuée sans frais pour le consommateur⁸⁵. Un commerçant ne peut exiger de frais pour faire une évaluation à moins d'en avoir fait connaître le montant au consommateur avant de faire l'évaluation⁸⁶. S'il faut, pour fournir une évaluation, démonter en tout ou en partie une automobile ou une partie d'automobile, la somme mentionnée en vertu de la loi doit comprendre le coût de remontage au cas où le consommateur décide de ne pas faire effectuer la réparation⁸⁷. Elle doit aussi comprendre le coût de la main-d'oeuvre et de toute pièce requise pour en remplacer une autre détruite lors du démontage⁸⁸. En outre, l'évaluation doit indiquer : a) le nom et l'adresse du consommateur et ceux du commerçant; b) la marque, le modèle et le numéro d'immatriculation de l'automobile; c) la nature et le prix total de la réparation à effectuer; d) la pièce à poser, en précisant s'il s'agit d'une pièce neuve, usagée, réusinée ou remise à neuf; et e) la date et la durée de validité de cette évaluation⁸⁹.

82. Lois et règlements, Gazette officielle du Québec, 12 septembre 1979, partie 2, n° 44, p. 6343.

83. Loi sur la protection du consommateur, art. 168, alinéa 1.

84. Ibid.

85. Ibid., alinéa 2.

86. Ibid., alinéa 3.

87. Ibid., art. 169.

88. Ibid.

89. Ibid., art. 170

L'évaluation doit être acceptée par le consommateur avant que la réparation soit effectuée et, une fois qu'elle est acceptée, elle lie le commerçant; en outre, aucun frais supplémentaires ne peuvent être exigés du consommateur pour la réparation prévue dans l'évaluation⁹⁰. Si le commerçant s'aperçoit qu'une autre réparation est nécessaire, lors de la réparation autorisée, il ne peut effectuer cette réparation qu'après avoir obtenu l'autorisation expresse du consommateur⁹¹. Dans le cas où le commerçant obtient une autorisation orale pour cette réparation supplémentaire, il doit la consigner dans l'évaluation en indiquant la date, l'heure, le nom de la personne qui l'a donnée et, le cas échéant, le numéro de téléphone composé⁹².

Ces articles traitent donc assez systématiquement des évaluations. Il est à noter que, contrairement aux lois sur les pratiques commerciales qui définissent comme pratique déloyale le fait d'exiger un prix "sensiblement" plus élevé que le prix indiqué dans l'évaluation⁹³, cette loi stipule qu'aucun travail dont il n'est pas fait mention dans l'évaluation ne peut être effectué sans une deuxième autorisation. Par voie de conséquence, cela comprendrait même des frais minimes qui, d'après les lois sur les pratiques commerciales, ne seraient pas "sensiblement" plus élevés et n'enfreindraient donc pas ces lois.

La loi accorde d'autres formes de protection au consommateur. Lorsqu'il a effectué une réparation, le commerçant doit remettre au consommateur une facture contenant les renseignements suivants :

- a) le nom et l'adresse du consommateur et ceux du commerçant;
- b) la marque, le modèle et le numéro d'immatriculation de l'automobile;
- c) la date de la livraison de l'automobile au consommateur et le nombre de milles ou de kilomètres indiqués au totalisateur de l'automobile à cette date;

90. Ibid., art. 171.

91. Ibid., art. 172, alinéa 1.

92. Ibid., art. 172, alinéa 2.

93. Supra, notes 45, 46 et 47.

- d) la réparation effectuée;
- e) la pièce posée en précisant s'il s'agit d'une pièce neuve, usagée, réusinée ou remise à neuf et son prix;
- f) le nombre d'heures de main-d'oeuvre facturé, le tarif horaire et le coût total de la main-d'oeuvre;
- g) le total des sommes que le consommateur doit débours-
ser en vertu des paragraphes e et f; et
- h) les caractéristiques de la garantie⁹⁴.

Soulignons que la loi ne précise pas si le prix demandé par le réparateur doit correspondre aux heures réelles de travail ou si ce dernier peut se fonder sur un barème de taux fixes, par exemple le Chilton américain (Chilton's Professional Labor Guide and Parts Manual, voir ch. II).

Au moment de lui rendre son automobile, le réparateur doit aussi remettre au consommateur la pièce remplacée si le consommateur l'a exigée au moment où il a demandé de faire la réparation⁹⁵. Si le consommateur demande à voir premièrement les pièces lorsqu'il prend livraison de son automobile, il semble donc qu'il ne puisse pas obliger le réparateur à les lui montrer et que ce dernier ne soit pas obligé de les conserver. Il y a quelques exceptions à cette règle. Même si le consommateur le lui demande, le réparateur n'est pas tenu de remettre une pièce qui a été remplacée :

- a) si la réparation est faite sans frais pour le consommateur;
- b) si la pièce est échangée contre une pièce réusinée ou remise à neuf; ou
- c) si la pièce remplacée fait l'objet d'un contrat de garantie en vertu duquel le commerçant doit remettre cette pièce au manufacturier ou au distributeur⁹⁶.

94. Loi sur la protection du consommateur, art. 173 a) à h).

95. Ibid., art. 175.

96. Ibid., art. 175 a) à c).

Le réparateur a toutes ces obligations même s'il a confié une partie des travaux de réparation à un sous-traitant⁹⁷. Cela pourrait poser des problèmes. Par exemple, la loi ne précise pas si le sous-traitant a une responsabilité quelconque à l'égard du consommateur. S'il remplace des pièces qu'il n'était pas prévu de remplacer dans l'évaluation originale sans que l'entrepreneur initial le sache, peut-on considérer que ce dernier n'a pas respecté ses obligations en vertu de la loi? D'autre part, le consommateur a-t-il un recours contre le sous-traitant? Il faudrait évidemment examiner cette question de plus près. On peut aussi se demander comment le réparateur peut remettre une évaluation au consommateur s'il doit s'adresser à un sous-traitant pour déterminer les causes de mauvais fonctionnement de l'automobile. Si le consommateur tient à la protection de la loi au chapitre des évaluations liant les deux parties, l'imposition des obligations statutaires au réparateur initial peut obliger le consommateur à revenir plusieurs fois chez ce dernier pour faire des modifications à chaque nouvelle évaluation. La loi prévoit également, pour toute réparation effectuée sur l'automobile, une garantie de trois mois ou 5 000 kilomètres qui prend effet au moment de la livraison de l'automobile⁹⁸. Ici encore, la loi ne précise pas contre qui le consommateur peut avoir un recours si les réparations insatisfaisantes ont été effectuées par un sous-traitant. Toutefois, la garantie ne s'étend pas à un dommage qui résulte d'un usage abusif par le consommateur après la réparation⁹⁹.

L'acceptation de l'évaluation ou le paiement de la réparation par le consommateur n'est pas préjudiciable à son recours contre le réparateur en raison :

- a) d'une absence d'autorisation préalable de la réparation;
- b) d'une malfaçon; ou
- c) d'un prix qui excède, selon le cas, le prix indiqué dans l'évaluation ou la somme du prix indiqué dans l'évaluation et du prix convenu lors de la modification autorisée¹⁰⁰.

97. Ibid., art. 174.

98. Ibid., art. 176.

99. Ibid., art. 177.

100. Ibid., art. 178.

En outre, le droit du réparateur de retenir l'automobile tant qu'il n'a pas été remboursé¹⁰¹, apparenté au droit de rétention en vigueur dans les provinces où prévaut le droit coutumier, ne s'applique pas :

- a) si le commerçant a omis de fournir une évaluation au consommateur avant d'effectuer la réparation;
- b) si le prix total de la réparation est supérieur au prix indiqué dans l'évaluation, à la condition que le consommateur paie le prix indiqué dans l'évaluation; ou
- c) si le prix total de la réparation est supérieur à la somme du prix indiqué dans l'évaluation et du prix convenu lors de la modification autorisée à la condition que le consommateur paie un prix égal à cette somme¹⁰².

En dernier lieu, pour informer les consommateurs de la protection que leur accorde cette loi, le commerçant doit afficher dans un endroit bien en vue de son établissement une pancarte informant les consommateurs des principales dispositions dans les paragraphes pertinents¹⁰³. Le texte de la pancarte, ses dimensions, son matériau de fabrication et les caractères typographiques des mentions sont tous prescrits par un règlement¹⁰⁴. En outre, il est à noter que les recours civils du consommateur prévus en cas de dérogation aux interdictions visant les pratiques commerciales peuvent aussi être utilisés en cas de dérogation à ces dispositions portant spécialement sur les réparations automobiles¹⁰⁵. De plus, le délai pour intenter une action pour non-respect de la garantie prévue à l'article 176 (mentionnée précédemment) est de trois mois à compter de la découverte d'une défectuosité visée par cette garantie¹⁰⁶.

101. Code civil du Québec, art. 441.

102. Loi sur la protection du consommateur, art. 179.

103. Ibid., art. 180.

104. Lois et règlements (Gazette officielle du Québec), 12 septembre 1979, partie 2, n° 44, p. 6344.

105. Loi sur la protection du consommateur, art. 272.

106. Ibid., art. 275.

Disons, en conclusion, que le corps législatif du Québec a tenté de régler spécifiquement quelques-unes des principales plaintes concernant les réparateurs d'automobiles en adoptant des dispositions légales précises à cet égard. C'est la seule province à l'avoir fait jusqu'à présent et, encore, les dispositions susmentionnées ne sont pas encore entrées en vigueur. Cependant, cette approche peut être préférable à celle d'une loi générale sur les pratiques commerciales dont le texte, vu la nature même de la loi, doit être général. Jusqu'à ce que les neuf autres provinces décident d'aborder le problème de la même façon que le Québec, on pourra considérer que les lois générales sur les pratiques commerciales assurent probablement une certaine protection aux automobilistes qui doivent recourir aux services de mécaniciens.

DISPOSITIONS LÉGALES GÉNÉRALES PRÉVOYANT L'ÉTABLISSEMENT DE RÈGLEMENTS CONCERNANT LES ATELIERS DE RÉPARATION

Cette catégorie, que nous n'examinerons que brièvement, n'est en réalité qu'un domaine éventuel de réglementation. On a trouvé deux textes de loi seulement qui entraient dans cette catégorie.

La Highway Traffic Act¹⁰⁷ de l'île-du-Prince-Édouard contient un article qui se lit comme suit : "Sous réserve de la présente loi, le lieutenant-gouverneur en conseil peut à l'occasion établir des règlements et imposer des droits qu'il juge nécessaires ou opportuns en vue de réglementer les ateliers de réparation et de leur octroyer des permis"¹⁰⁸. Un article du Motor Vehicle Act¹⁰⁹ du Nouveau-Brunswick se lit comme suit : "Sous réserve de l'approbation du lieutenant-gouverneur en conseil, le ministre peut à l'occasion établir des règlements et imposer des droits et des amendes qu'il juge nécessaires ou opportuns en vue de réglementer les ateliers de réparation et les stations-service et de leur octroyer des permis"¹¹⁰.

107. R.S.P.E.I., 1974, c. H-6, tel que modifié.

108. Ibid., art. 53.

109. R.S.N.B., 1973, c. M-7, amendé.

110. Ibid., art. 59.

Nous n'avons malheureusement trouvé aucun règlement qui ait été adopté en vertu de ces articles; à notre avis, le texte de ces articles est cependant assez général pour autoriser l'adoption d'un règlement sur la protection du consommateur auquel l'exploitant d'un atelier de réparation devrait se conformer pour obtenir et conserver son permis.

DISPOSITIONS DIVERSES

Alberta: Licensing of Trades and Businesses Act¹¹¹

L'article 6 de cette loi se lit comme suit :

Le lieutenant-gouverneur en conseil peut, en vertu d'un règlement, établir des codes fixant des normes d'éthique professionnelle, des méthodes, des pratiques et des systèmes et s'appliquant à toutes les entreprises ou à toute description ou catégorie d'entreprises afin d'éliminer ou de prévenir des pratiques concurrentielles qui, par nature, sont préjudiciables [...] au public.

Le gouvernement de l'Alberta ne semble pas avoir adopté de règlement sur les mécaniciens d'automobile en vertu de cette loi, mais il semble bien que l'article indique que le gouvernement pourrait adopter, touchant les pratiques, des codes semblables à ceux de la Loi sur la protection du consommateur du Québec.

CONCLUSION

Dans la présente annexe, nous avons donné un aperçu des lois des différentes provinces du Canada qui ont ou pourraient vraisemblablement avoir une incidence sur les relations entre le consommateur et le mécanicien d'automobile. Il semble que les diverses lois générales sur les pratiques commerciales peuvent offrir une protection aux consommateurs contre les fraudes dont il peuvent être victimes lorsqu'ils traitent avec des mécaniciens d'automobile. Nous avons aussi examiné les dispositions uniques de la Loi sur la protection du consommateur du Québec qui portent directement sur la protection du consommateur et la réparation des automobiles et nous avons indiqué brièvement les possibilités d'application de certaines autres lois à cet égard.

111. R.S.A., 1970, c. 207, art. 6, amendé.



TABLE DE CONVERSION

1. Dépense par kilomètre = dépense par mille X 1,609.
2. 1 mille = 1,609 kilomètre.